

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı
Yeni Medya İletifim ve Habercilik Bilim Dalı

**TÜRK MEDYASINDA ORTA DOĞU MESELELERİ:
TRT HABER'DE YAYINLANAN İRAK HABERLERİN
ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Buraq Ali Mseher MSEHER

Danifman
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

İstanbul – 2022

TEZ TANITIM FORMU

- Yazar Adı Soyadı** : Buraq Ali Mseher MSEHER
- Tezin Dili** : Türkçe
- Tezin Adı** : Türk Medyasında Orta Doğu Meseleleri: TRT Haber’de
Yayınlanan Irak Haberlerin Analizi
- Enstitü** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Anabilim Dalı** : Radyo Televizyon ve Sinema
- Tezin Türü** : Yüksek Lisans
- Tezin Tarihi** : 27.06.2022
- Sayfa Sayısı** : 102
- Tez** : Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU
- Danışmanları**
- Dizin Terimleri** : Medya, TRT, Haber, Orta Doğu, Irak.
- Türkçe Özet** : Bu araştırmada TRT Haber’in Irak haberlerini konu alan haber bülteni içeriklerinde hareketle Türk medyasının Orta Doğu meselelerini ele alma biçimi incelenmektedir. Araştırmada temel olarak medya, haber, televizyon haberleri gibi kavramların incelenmesi yapılmakta ve Irak’ta yaşanan gelişmeler tarihsel süreç bağlamında incelenmektedir. Araştırmanın uygulama bölümünde araştırmanın modeli ve araştırma soruları, veri toplama araçları, istatistikî analizler ve analizler sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır.
- Dağıtım Listesi** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Buraq Ali Mseher MSEHER

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı
Yeni Medya İletişim ve Habercilik Bilim Dalı

**TÜRK MEDYASINDA ORTA DOĞU MESELELERİ:
TRT HABER'DE YAYINLANAN IRAK HABERLERİN
ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Buraq Ali Mseher MSEHER

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

İstanbul – 2022

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Buraq Ali Mseher MSEHER

.../.../2022



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Buraq Ali Mseher MSEHER'İN “Türk Medyasında Orta Doğu Meseleleri: TRT Haber’de Yayınlanan Irak Haberlerin Analizi” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Radyo Televizyon ve Sinema anabilim dalı, Yeni Medya İletişim ve Habercilik bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza
Başkan
Doç. Dr. Üyesi Hüseyin DİKME

İmza
Üye
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU
(Danışman)

İmza
Üye
Doç. Dr. Öğr. Üyesi Tebrike KAYA

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2022

İmzası
Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ
Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu çalışmada TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmeleri ele alma şekli, haber kurgusunda odağa yerleştirdiği unsurların tespiti, haber içeriklerinde hangi bilgi kaynaklarının kullanıldığının ve haberin nasıl çerçvelendiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Genel tarama modeline göre yürütülen çalışmada Ocak 2021 - Mart 2022 arasında TRT Haber'in ana haber bülteninde Irak'ı konu alan haber içerikleri haberlerin sunulmasında kullanılan sözcükler, görüntüler, bunların uzunluğu ve vurgusu, olumlu ya da olumsuz değer içerme durumu ve hangi sıralamada verildiği gibi husular açısından iletişim çalışmalarında sıkça uygulanan içerik analizi metodu kullanılarak çözümlenmiştir.

Araştırmanın sonunda TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerinin Türkiye'nin kuzey Irak'taki operasyonun yeri konularda kamuoyunu bilgilendirici nitelikteki haberler olduğu, bu haberlerin güvenlik, politika ve ekonomi kategorisinde yer alan haberler olduğu ve haberlerin öznesinin siyasal aktörler ve Türk güvenlik güçleri olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya, TRT, Haber, Orta Doğu, Irak.

ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the way TRT News handles the developments in Iraq, to determine the elements that it focuses on in the news fiction, to determine which information sources are used in the news content and how the news is framed. In the study carried out according to the general scanning model, between January 2021 and March 2022, the news content about Iraq in the main news bulletin of TRT News, the words used in the presentation of the news, the length and emphasis of them, the status of containing positive or negative values and the order in which they were given. analyzed using the content analysis method, which is frequently used in communication studies.

At the end of the research, it has been determined that TRT's news about Iraq is news that informs the public about the location of Turkey's operation in northern Iraq, that these news are news in the category of security, politics and economy, and that the subject of the news is political actors and Turkish security forces.

Keywords: Media, TRT, News, Middle East, Iraq.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
ÖN SÖZ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ORTA DOĞU VE IRAK

1.1. Orta Doğu Kavramı ve Ülkeleri	4
1.1.2. Orta Doğu'nun Tarihi ve Önemi	6
1.2.1 Genel Olarak Irak	10
1.2.2. Irak'ın Tarihi.....	12
1.2.3. Irak İşgali.....	13
1.2.4. ABD'nin Irak'ı İşgalinden Sonra Irak'ın Sorunları	14
1.2.4.1. Siyasi Sorunlar.....	14
1.2.4.2. Güvenlik Sorunları	16
1.2.4.3. Ekonomik Sorunlar.....	17

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE HABER KAPSAMI

2.1. Medya Kavramı	19
2.1.1. Medyanın Önemi	21
2.1.2. Medya Araçları	23
2.1.2.1. Geleneksel medya araçları.....	24
2.1.2.2. Yeni medya araçları.....	27
2.1.3. Medyanın Özellikleri.....	28
2.1.4. Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi	30
2.2. Haber Kavramı ve Kapsamı	31
2.2.1. Haber Tanımı.....	31

2.2.2. Haberin Unsurları	33
2.2.3. Haberin Nitelikleri	34
2.2.4. Haber Kaynakları.....	36
2.2.5. Haber İçeriği Türleri.....	37

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİNDE TELEVİZYON

3.1. Televizyon	39
3.1.1. Televizyonun Tarihsel Gelişimi	40
3.1.2. Televizyon Özellikleri	43
3.1.3. Televizyon Yayıncılığı	44
3.1.4. Türk Medyasına Bakış.....	46
3.2. TRT Kanalı	47
3.2.1. TRT'nin Tarihiçesi ve Gelişmesi.....	47
3.2.2. TRT'de Haberler.....	49
3.2.3. TRT'de Haber Söylemi	50

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GEREÇ VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Modeli	51
4.1.1. Evren ve Örneklem.....	51
4.1.2 Verilerin Toplanması.....	51
4.1.3.Verilerin Analizi.....	52
4.2. Haberlerin Biçimsel Özelliklerinin Analizi	52
4.2.1. Haberlerin Yayımlanma Tarihlerine ve Güncellenme Durumuna Göre Dağılımları.....	52
4.2.2. Haberlerin Metin Uzunluğuna Göre Dağılımları.....	55
4.2.3. Haberlerin Kullanılan Haber Etiketine Göre Dağılımı.....	58
4.2.4. Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı.....	60
4.3. Haberlerin İçeriksel Özelliklerinin Analizi	62
4.3.1. Haber Başlıklarının Duygu Tonuna Göre Dağılımı	62
4.3.2. Haberlerin Haber İçeriklerinde Sıkça Kullanılan Sözcükler	63
4.3.3. Haber İçeriklerinde Öne Çıkan Değerler.....	63
4.3.4. Haberlerin Konu Başlıklarına Göre Dağılımı.....	64

4.3.5. Haberlerin Kapsamına Göre Dağılımı.....	66
4.3.6. Haberlerin Haber Kategorisine Göre Dağılımı.....	67
4.3.6. Haberlerin Haberin Öznesine Göre Dağılımı	68
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	69
KAYNAKÇA	73



KISALTMALAR

AA	: Anadolu Ajansı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Akt.	: Aktaran
BBC	: British Broadcasting Corporation
BM	: Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi
CNN	: Cable News Network
Çev.	: Çeviren
DHA	: Doğan Haber Ajansı
Edt.	: Editör
MSB	: Milli Savunma Bakanlığı
ss.	: sayfa sayısı
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
Vb.	: Ve benzeri
Vd.	: Ve diğerleri
WWW	: World Wide Wep

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Irak'a Ait Temel Göstergeler.....	10
Tablo 2: Haberlerin Yayınlanma Tarihleri ve Güncelleme Durumu.....	52
Tablo 3: Haberlerin Metin Uzunluğu.....	55
Tablo 4: Haberlerde Kullanılan Etiketler	59
Tablo 5: Haber İçeriklerinde Öne Çıkan Değerler	63



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Orta Doğu'nun Coğrafi Konumu.....	6
Şekil 2: Medya Araçları.....	24
Şekil 3: Geleneksel Medya Araçları.....	25
Şekil 4: Döner Disk.....	41
Şekil 5: İkonoskop	42
Şekil 6: Haberlerin Yayınlanma Tarihleri.....	54
Şekil 7: Haberlerin Sunumunda Kullanılan Etiketler	58
Şekil 8: Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı	61
Şekil 9: Haber Başlığının Duygu Tonuna Göre Dağılımı.....	62
Şekil 10: Haber İçeriklerinde Sıkça Kullanılan Sözcükler.....	63
Şekil 11: Haberlerin Konu Başlığına Göre Dağılımı.....	65
Şekil 12: Haberlerin Kapsamına Göre Dağılımı.....	66
Şekil 13: Haberlerin Haber Kategorisine Göre Dağılımı	67
Şekil 14: Haberin Öznesine Göre Dağılımı	68

ÖN SÖZ

Bu çalışmanın gerçekleştirildiği süre boyunca akademik bilgi ve birikimleri ile bana yol gösteren ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU'ya sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Ayrıca hep yanımda olan ve her zaman desteğini değerli aileme teşekkürü borç bilirim.

Buraq Ali Mseher MSEHER

İstanbul - 2022

GİRİŞ

Gündeme hakim olma, olayları ve olguları yönlendirme işlevini yerine getiren medya (kitle iletişim araçları), çeşitli konularda haberler ve bilgiler yoluyla kamuoyunu yönlendirme yeteneği nedeniyle dördüncü kuvvet olarak adlandırılır. Bu nedenle medyanın toplum üzerinde oluşturduğu etki artık kabul edilmiş durumdadır. Fakat bu etkinin boyutu konusundaki araştırmalar devam etmektedir. Medyanın toplumun dünyada olup biten siyasal ve sosyal olaylarla ilgili bilgi edinebileceği tek kaynak olması onun öneminin daha da artmasını sağlamıştır. Yani medyada her gün anlatılması gereken bir olay ve topluma iletilmesi gereken bir mesaj vardır (Elpeze Ergeç, 2005, s. 51). Bu noktada kamuoyunun her gün medya araçları üzerinden yoğun bir ileti bombardımanı altında olduğu söylenebilir. Bu ileti yoğunluğunun içinde toplumun en temel kurumları arasında bulunan medyanın kamuoyunu hangi söylem yapısıyla bilgilendirdiği önem kazanmaktadır. Başka bir ifadeyle gün içerisinde yoğun ileti yoğunluğuna karşın medyanın kamuoyuna hangi haberleri sunduğu ve bunları nasıl sunduğu odaklanılması gerekli olan bir başka noktadır. Çünkü toplumsal konularda kamuoyunun ne yönde refleks göstereceğini etkileyen en temel kurumlardan birisi medyadır. Medyanın haber içeriklerindeki söylemi ile kamuoyunun refleksi arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Arslan, 2010, s.186). Erdoğan ve Alemdar (1990, ss. 15-49) medyanın kamuoyu üzerindeki etkisinin en çok hissedildiği alanın televizyon yayıncılığı olduğunu belirtmektedir. Kuruoğlu ve Akçora (2017, s. 1) da televizyon yayıncılığının toplumun tutum ve davranışını belirlemede ve değiştirmede etkili olan en önemli kitle iletişim aracı olduğunu vurgulamaktadır. Bu bakış açısı televizyon yayıncılığının insanların ne hakkında düşünmesi gerektiğini belirlediğini öne süren gündem belirleme yaklaşımına dayanmaktadır. Bu yaklaşımda televizyon yayıncılığı haber sunuş yöntemi ile kamuoyunun konuştuğu ve düşündüğü konuları başka bir ifadeyle gündemi belirlemektedir. Buna göre televizyon yayıncılığında belli bir konuya ayrılan yer ve zamanın miktarı kamuoyunun o konunun önemine ilişkin yargılarını etkilemektedir (Yüksel, 2004, s. 244).

Medyanın devletin en önemli ideolojik araçlarından biri olduğu düşünüldüğünde, televizyonun kitlelerin ruh hallerini ve düşüncelerini dönüştürme ve şekillendirmedeki rolü daha iyi anlaşılmaktadır. Elbette, televizyonda kitlelere ulaşan

her mesaj önemli ve etkilidir, ancak özellikle en popüler haber bültenleri, doğru olduğunu iddia ettikleri için en güvenilir program türlerinden biridir (Kuruoğlu ve Akçora, 2017, s. 1). Pek çok sunum biçimi arasında, televizyon haberleri, egemen söylemin muhaliflerine en az yer veren, kapalı ve resmi bir söylem içinde yapılan, egemen söylem çerçevesinde kapalı olan metinler olarak hareket eder. Televizyon yayınlarında haber söylemi öyle yapılandırılmıştır ki, açık söylemin ardında yatan örtük söylemi görmek oldukça zordur (İnal,1996, s. 114). Resmi ve kapalı bir söylem içerisinde yapılandırılan haber metinlerine en çok Türkiye radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) haber bültenlerinde rastlanmaktadır. TRT haberlerinde ağırlıklı olarak resmi dil kullanılmaktadır (Karaduman ve Batu, 2011, s. 362). TRT haberlerinde ağırlıklı olarak iç ve dış politikaya haberlerine yer verilmektedir. TRT'nin dış politika haberlerinde ağırlık Orta Doğu ile ilgili haberler yer almaktadır (Denk, 2007, s. 11). Bölgede yaşanan sıcak gelişmeler nedeniyle Orta Doğu, TRT'nin dış politika haberlerinde ağırlıklı olarak işlenen konulardandır.

Orta Doğu coğrafyası tarih boyunca birçok medeniyetin doğduğu bölge olması kadar belki de bu özelliği nedeniyle savaşların, anlaşmazlıkları ve çatışmaların eksik olmadığı bir bölgedir. Orta Doğu ve Arap bölgesinde, son yıllarda Arap rejimlerine yönelik devrimler ve hükümet değişiklikleri gibi birçok sıcak konu ve olaylar meydana gelmektedir. Özellikle ABD'nin 2003'teki işgalinden sonra, Saddam rejiminin devrilmesiyle ve sonrasında yaşanan olaylar sebebiyle en gergin bölgelerden biri Irak olmuştur. Birinci Dünya Savaşı ile birlikte küresel güçlerin dikkatini daha fazla çeken bu coğrafyanın bugüne kadar yaşadığı bütün olayların yalnızca bölge güçlerinin değil yoğun olarak küresel güçlerin eksi ile gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Medya da küresel güç mücadelelerinin bir yansıması olarak Orta Doğu'da yaşanan siyasal, ekonomik ve toplumsal çatışmaların merkezinde yer almaktadır. Orta Doğu'dan yayılan haberlerin Batının egemen güçlerinin sahipliğinde bulunan haber ajanslarından yayılması medyanın Orta Doğu açısından ne denli güçlü olduğunun önemli bir kanıtıdır. (Yılmaz, 2019, s. 11). Özellikle son yirmi yıllık dönemde yaşanan hem 1990 körfez savaşı ve sonuçları hem de 2003 Irak'ın işgali ile ilgili haberler bir anlamda Batının egemen güçlerinin sahipliğinde bulunan haber kanallarının güvenilirliği konusunda denge ve denetim faktörlerinin incelenmesini zorunluluk

haline getirmiş, BBC ve CNN gibi Batının ana akım medya kuruluşlarının karşısında Russian Today, El Cezire ve TRT Word gibi yeni uluslararası haber kanallarını ters yönde akım oluşturarak dikkate değer bir ses olarak ortaya çıkarmıştır (Sim ve Göksu, 2019, ss. 155-156). Kuşkusuz bu önemli olaylar ve sorunlar Orta Doğu'daki geniş Türk rolünün ortaya çıkmasıyla birlikte Irak olayları birçok uluslararası basın kuruluşunun dikkatini çekmiştir. Bu bağlamda Türkiye'nin de hem iç meseleleriyle hem de dış politikasıyla doğrudan ilişkili bir ülke olan Irak'ta yaşanan gelişmeleri, resmi haber platformu olan TRT Haber'de nasıl yer verdiği bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu temel problemten hareketle bu çalışmada TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmeleri ele alma şekli, haber kurgusunda odağa yerleştirdiği unsurların tespiti, haber içeriklerinde hangi bilgi kaynaklarının kullanıldığı ve haberin nasıl çerçevelendiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca basından yansıyan sunum tercihleri ve görüşler ışığında Türk kamuoyunun, Irak konusunu nasıl değerlendirdiğine dair çıkarımlara varılması da çalışmanın bir başka amacıdır.

Bu tez çalışması dört ana bölümden oluşmaktadır. Bu dört bölümden oluşan çalışma, İlk üç bölümde tezin kavramsal çerçevesini oluşturmakta ve dördüncü bölümde ise çalışmanın uygulama bölümü yer almaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde Orta Doğu ve Irak ana başlığı altında, Orta Doğu kavramı ile ülkeleri, tarihi ve önemi ele alınmakta, Irak'ın genel olarak, tarihi, Irak'ı işgali anlatırken, ABD'nin Irak'ı işgalinden sonra sorunları değinilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde Medya ve haber kapsamı değerlendirilecek, kavramı, önemi, özellikleri ve araçları ele alınırken, Medyanın toplumun üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda haber, tanımı, unsurları, nitelikleri, ile haber kaynakları ve içeriği türleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümün kitle iletişim aracı olarak televizyonun ele alınmakta, televizyon tarihi başlaması, özellikleri, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun (TRT) kuruluşu ve gelişimi, incelenerek, TRT'nin haberler yayıldığı biçimi odaklanmaktadır.

Dördüncü ve son bölümde ise, çalışmada kullanılan metodolojiyi gösterirken, TRT Haber yapılmış olan haber bültenleri, içerik analizi incelenerek yapılan haberler sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ORTA DOĞU VE IRAK

1.1 Bir Kavram olarak Orta Doğu ve Orta Doğu'da Yer Alan Ülkeler

Doğu ile Batı'yı, Hint Okyanusu ile Akdeniz'i ve dahi Rusya'yı uzun yıllardır siyasi hedeflerinde yer alan sıcak denizler ile birbirine bağlayarak adeta bir köprü görevi gören Orta Doğuyu stratejik bir üs olarak nitelendirmek mümkündür. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bu kadim topraklar, sahip olduğu tarihi, kültürel, dini, ekonomik öneminin yanı sıra stratejik konumu sebebiyle tarih boyunca dünya hâkimiyetine ve siyasetine yön vermeye çalışan güçlü devletlerin odak noktası haline gelmiştir. Kuşkusuz tüm bu ilgiliyi Orta Doğu'nun bizzat coğrafi konumu sağlamıştır. (Çakmak, 2017, s. 24-25).

Coğrafi olarak haritada bir bölgenin merkez alınması ve diğer bölgelerin bu ana merkeze göre konumlandırılması ve isimlendirilmesi söz konusudur. Dolayısıyla Avrupa merkezci bir harita kullanımında Doğu artık birden fazla isimlendirmenin merkezi haline gelmiştir: Yakın, Orta ve Uzak Doğu. Bu isimlendirmeden hareketle kullanılan Orta Doğu ifadesi; İran'dan başlayarak, Levant bölgesini, Arap yarımadasını ve Mısır'ı kapsayan bir bölge olarak ifade edilmekte ve Türkiye, Suriye, Irak, Katar, Kıbrıs, Ürdün, Libya, Tunus, Fas, Cezayir, Yemen, Bahreyn, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, ve Filistin gibi ülkeleri içerisine almaktadır. Orta Doğu sınırları içerisinde bulunan ülkelerin genel etnik dağılımını Arap, Fars ve Türkler oluşturmakta ve bölgedeki inanç çoğunluğunu Müslümanlar oluşturmaktadır (Çakmak, 2017, s. 25).

Orta Doğu kavramını ilk kez 1902 yılında kullanan Amerikan deniz tarihçisi Alfred Thayer Mahan, bu isimlendirmeye İngiltere'de National Review Dergisi'nde yayınlanan "Basra Körfezi ve Uluslararası İlişkiler" isimli makalesinde yer vermiş ve merkezi Basra Körfezi olan bölgeyi tanımlamak için kullanmıştır (Gezgin, 2011, s. 36).

Amerikan deniz tarihçisi Mahan çalışmasında, Basra Körfezi'nin stratejik önemini ve bölgede dönemin büyük güçleri olan Almanya, İngiltere ve Rusya'nın verdiği hâkimiyet mücadelesini aktarmıştır. Mahan'ın kullandığı “Orta Doğu” (Middle East) kavramı, tam sınırları belirlenmemiş ve Süveyş'ten Singapur'a kadar uzanan deniz yolunun bulunduğu bölgeyi nitelendirmiştir. Ancak Mahan'ın ortaya attığı bu kavram, İngiltere'nin en köklü gazetelerinden olan The Times'ın editörü Valentine Chirol tarafından benimsenmiştir. Tahran muhabiri olarak çalışan Valentine Chirol, Basra Körfezi'nin stratejik önemini ve Almanya'nın inşa etmeye çalıştığı Bağdat demiryolunun Basra'ya kadar uzatılmasının İngiltere'ye vereceği zararı ele aldığı çalışmada yazı başlığı olarak “Orta Doğu'nun Problemleri” ifadesini kullanmış ve kavramın literatürde kullanılabilir hale gelmesini sağlamıştır (Aydın, 2010, s 5-6).

Deniz tarihçisi Mahan'ın ve The Times editörü Valentine Chirol'un kullanımından da anlaşıldığı üzere Orta Doğu kavramı ortaya çıkışı itibariyle Suudi Arabistan bölgesi ve Hindistan arasında kalan büyük coğrafyayı ifade etmek için kullanılmıştır. Ancak Doğu'nun zamanla Yakın, Orta ve Uzak olarak isimlendirilmesi ve sınıflandırılması bu geniş tanımlamayı geçersiz kılmıştır. Öyle ki Orta Doğu artık Suudi Arabistan, Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Filistin, Irak, Katar, Kuveyt, Lübnan, Mısır, Umman, Ürdün, Suriye ve Yemen'i içine alan ve İsrail'i ve Türkiye'yi dışarda bırakacak olursak bugünkü Arap nüfusun çoğunluğunu temsil eden coğrafyayı kapsayan bölgedir. Türkiye'nin yanı sıra zamanla ve yer yer Türki cumhuriyetler ve Kuzey Afrika ülkelerini (Cezayir, Fas, Tunus) Arap yarımadası içine alan bir Orta Doğu tanımlaması da ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkışı ile net sınırları çizilemeyen Orta Doğu kavramı coğrafi ve jeopolitik açıdan hala tartışma konusudur (Çelik, 2020, s 47).

Nitekim Ahmet Davutoğlu, Orta Doğu tanımlamasının nesnel bir coğrafi tanımlamadan ziyade jeokültürel bir tanımlama olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla Mısır'dan İran'a kadar uzanan ya da biraz daha geniş bir ifadeyle Fas'tan Pakistan'a kadar uzanan bir coğrafya söz konusudur. Bölge, İslami kimliği, ekonomik olarak sahip olduğu petrolü, çöl ve bozkır iklimi ve merkezi konumu ile ortaya çıkmaktadır (Davutoğlu, 2009, s 324). (Şekil 1).



Şekil 1: Orta Doğu'nun Coğrafi Konumu

1.1.2. Orta Doğu'nun Tarihi ve Önemi

Sanayi Devrimi'nin başlamasıyla Orta Doğu'nun coğrafi ve kültürel önemi Batı dünyasına kaymış olsa da ondan önceki dönemlerde ve 19. yüzyılda petrolün bulunmasının ardından bölgenin insanlık tarihindeki yerinin giderek arttığı aşikardır. Hedefi dünya egemenliği olan her devlet öncelikle bu bölgeyi hâkimiyeti altına almaya çalışmıştır. Tarih boyunca birçok devletin gayreti bu yönde olmuştur. Emeviler, Abbasiler, Selçuklular, Osmanlılar, modern çağda İkinci Dünya Savaşı öncesinde İngiltere ve Fransa, ardından da Sovyetler Birliği bu bölgede etkin bir rol oynamaya ve hâkimiyet alanlarını genişletmeye yönelmişlerdir. Devletlerin dünya hâkimiyeti politikaları, bu bölgede kurdukları egemenlik ile orantılı olmuştur. (Özbilgeç, 2007, s, 9).

Orta Doğu'nun dünya tarihindeki önemi sahip olduğu coğrafi özellikleri ile paralel bir seyir sergilemekteydi. Dünyada insanların ilk olarak yerleşik hayata geçtikleri bölgeler olan Nil ve Mezopotamya havzaları Orta Doğu'da yer almaktadır. Büyük su kaynakları kenarında yer alan bu bölge kavimlerin yerleşim merkezleri olmuş ve medeniyetler burada ortaya çıkmıştır (Özbilgeç, 2007, s, 10).

Yeryüzündeki ilk yerleşik hayatın izlerinin rastlandığı bölgenin tarihi, M.Ö 6000 yılına kadar dayanmaktadır. Bölgenin Nil, Fırat ve Dicle gibi nehirlere ve bereketli topraklara sahip olması ilk insanların yerleşim alanları olarak bu bölgeyi tercih etmesini sağlamıştır. Bölge, tarihte yazıyı ilk olarak icat eden Sümerlere M.Ö. 3500'lü yıllarda ev sahipliği yapmıştır. Öyle ki Sümerler yaptıkları sulama kanalları ve tekerleği icat etmeleri ile tarihe yön vermiş bir topluluktur. İlk yazılı kanunlar da Orta Doğu'da yaşayan diğer bir uygarlık olan Babiller tarafından yapılmıştır. Hammurabi Kanunları olarak adlandırılan ve medeni hayatın başladığının en önemli kanıtı olarak görülen bu ilkeleri M.Ö. 1786 yılında en parlak dönemini yaşamış olan Babiller kaleme almıştır. Bölgede yaşamış diğer bir uygarlık ise Fenikelilerdir. Bu uygarlık M.Ö.1200 yılında Akdeniz'de ticaretin gelişmesini sağlamış, ticareti kolaylaştırmak amacıyla günümüz batı uygarlığı alfabesinin temelini teşkil eden 22 harflik bir alfabe kullanmışlardır. Orta Doğu tarihinin bir diğer önemi de Musevilik, Hristiyanlık ve Müslümanlığın bu bölgede doğup gelişmesidir (Özdem, A. 2016, s. 6).

Tarih boyunca birçok medeniyet bölgeyi egemenliği altına almıştır. Eski Yunanlılar ve İranlıların Orta Doğu için uzun bir süre boyunca mücadele etmesinin ardından, Büyük İskender M.Ö. 300'lü yıllarda Orta Doğu'ya hâkim olmuştur. Akabinde bölge üzerinde yüzlerce yıl sürecek Pers/Sasani ve Roma mücadelesi baş göstermiştir¹⁵. VII. yüzyılda İslamiyet'in ortaya çıktığı vakitlerde, Doğu'da Sasani İmparatorluğu, Batı'da ise Bizans İmparatorluğu bulunuyordu. İslamiyet ile birlikte Müslüman Araplar ve Selçuklular bölgeye hakim olmuştur¹⁶. Yavuz Sultan Selim'in 1516 Mercidabık ve 1517 Ridaniye seferleri neticesinde medeniyetin beşiği olan ve Müslümanlar, Hristiyanlar ve Museviler için kutsal olarak görülen bu topraklar devletin yıkılma sürecine kadar Osmanlı hâkimiyeti altında kalmıştır (Özdem, A. 2016, s. 6-7).

Orta Doğu kültürel özellikleri ve coğrafi konumuyla medeniyetlere ev sahipliği yapmış ve tarihe birçok defa yön vermiştir. Tarihte insanların yaşamını etkileyen ilk yerleşik hayat, ilk tarım faaliyetleri, ilk yazı ve ilk yazılı kanunlar gibi birçok gelişmenin, ilk olarak bu bölgede gerçekleştiği ve dünyaya yayıldığı bilinmektedir. Orta Doğu'nun stratejik öneminin tam olarak anlaşılabilmesi için bölgenin tarihi sürecine kısaca göz atmak faydalı olacaktır. Orta Doğu'nun tarihini ve tarihi akışını belirleyen en önemli öğelerden biri de dinlerdir. Yahudilik günümüzde bölgeyi oldukça etkilemektedir. Özellikle Yahudilik temelli, laik bir anlayışa sahip olan ve 19. yüzyıl ile birlikte ortaya çıkan Siyonizm, bugün belki de bölgeyi en çok etkileyen unsurdur. Bölgede Yahudilik dışında Hıristiyanlığın da etkisi söz konusudur. Hıristiyanlık ancak Roma'nın resmi dini olduktan sonra bölgeyi siyasi açıdan etkilemiş fakat Orta Doğu'daki halkların arasında çok fazla yayılmamıştır. Bunun yerine Suudi Arabistan'da putperestlik, İran'da ise Mecusilik (Zerdüştlük) yaygındı (Çelik, 2014, s. 7).

Çoğu Orta Doğu tarihçisine göre Orta Doğu'nun modern tarihi, General Napoleon Bonaparte'ın ve Fransız Devrimi'nin Mısır'a ulaşarak, 1798'de bir İslam merkezini ilk kez batılı bir gücün doğrudan etkisi altına almasıyla başlamıştır. Daha sonra, diğer batılı devletlerin de bölgeye doğrudan müdahalesi ile Orta Doğu için kaos yılları başlamıştır. Osmanlı Devleti'nin güç kaybetmesinden yararlanan Avrupa devletleri, süreç içerisinde Orta Doğu'yu parçalayıp aralarında paylaşarak koruyuculuk (protektora) ilan etmiş ve daha sonra da manda yönetimi kurmuştur. Böylelikle yönetime kendi adamlarını getirerek sömürgeleştirme emellerine ulaşmışlardır. Osmanlı'ya karşı ayaklanmaları için azınlıklara destek veren Batılı devletler, bu azınlıklar kendi devletlerini kurmak istediklerinde aynı desteği göstermemişlerdir. "Elde cetvelle sınırların çizildiği dönem" olarak bahsedilen bu dönemde (1920-1930) Batılı devletler, "Böl-parçala-yönet" taktiği ile Kuveyt ve Lübnan gibi birçok yapay devletçik oluşturmuştur. "Orta Doğu masa başında cetvelle, kalemle çizilen yapay sınırlara bölündü" denilerek, Irak'la Suriye arasında aslında hiçbir coğrafi engelin bulunmadığı gözler önüne serilmiştir (Koyuncu, 2008, s 41-42).

Orta Doğu bölgesi, uluslararası toplumdaki tüm aktif güçler için önemli bir stratejik yere sahiptir. Bunun sebebi bölgenin üç kıtanın (Asya, Afrika ve Avrupa)

ortasında bir konuma sahip olmasıdır. Küresel hava, deniz ve kara ulaşım ağının çoğu burada toplanmıştır. Bölge, küresel denizcilik için hayati bir arter olan Süveyş Kanalı'nın yanısıra Hürmüz Boğazı, Bab el-Mandab ve Cebelitarık gibi bir dizi önemli su yolunu da kontrol etmektedir. Bu, Orta Doğu'yu Güney ve Doğu Asya arasında ve Avrupa ile Amerika arasında bir bağlantı yeri haline getirmektedir. Orta Doğu aynı zamanda, ister süper güçlerin yükselişi ve düşüşü ile ilgili olsun, isterse ekonomi ve teknoloji ile ilgili olsun; önemli değişkenlere karşı oldukça hassas olan bölgelerden biridir. Bölge, barış ve savaşa olan inancı, eski Sovyetler Birliği'ne yakınlığı ve birçok ekonomik kaynağa sahip olması nedeniyle Amerika'nın ve Avrupa'nın çıkarları açısından büyük önem kazandığından büyük sanayi güçleri için adeta önemli bir stratejik oyun alanına dönüşmüştür. Su yolları ve hava sahası gibi petrol, gaz ve hammadde akışı da dünya hakimiyetini garanti altına almaktadır. Bu durum, ABD'nin ulusal güvenliğini, kendi ulusal çıkarlarını etkileyen ve küresel politikasının temelini oluşturan Orta Doğu'nun güvenliği ile ilişkilendirmesini sağlamaktadır. Geçen yüzyılda doksanlı yılların başından itibaren günümüze kadar Amerika Birleşik Devletleri'nin Orta Doğu'ya olan ilgisi arttı. ABD'yi yeni uluslararası düzen ve yeni küresel dönem ışığında, değişen uluslararası düzen karşısında, Orta Doğu'ya yönelik yeni bir Amerikan stratejisi üzerinde düşünmeye sevketti (El Dalabih, 2011, s. 18-19).

Bu durum George W. Bush yönetiminde etkili olan neo-muhafazakarları, Orta Doğu'da demokratikleşme yolunda yeni ve radikal bir başlangıç yapmaya itti. Bu bağlamda Başkan Bush, 2003 yılı sonuna kadar tüm İslam dünyasında demokrasiyi tesis etmeyi hedefleyen projesini dile getirmeye başladı. Bu, 11 Eylül 2001 saldırılarından, Irak saldırısı ve işgalinden ve Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin'in yönetiminin sona ermesinden sonra, Arap dünyasını daha geniş bir stratejik kapsamda asimile ederek, bölgenin jeostratejik haritasını yeniden ve tümüyle şekillendirmeye dayanan ve Büyük Orta Doğu olarak adlandırılan plana ilişkin algısını dayatmaya başladı (Abdullrazaq, 2015, s. 44).

Irak, 9 Nisan 2003'ten bu yana birçok Amerikan stratejisine tanıklık etti. ABD'nin Orta Doğu'daki stratejisinde Irak, en önemli merkezdi. Bu nedenle, önceki ABD yönetimleri, Orta Doğu'yu Amerika Birleşik Devletleri'nin, müttefikleri olan

Körfez ülkeleri ve İsrail'in çıkarlarıyla güvenliğini garanti altına alan yeni düzenlemelere göre yeniden şekillendirmeye çalıştı (Aziz, & İdam. 2019, s. 283).

Bu sebeple, Irak'ın coğrafi konumunun uluslararası stratejilerdeki önemi, onu bölgenin anahtarı ve güç kaynağı olarak gören ve çıkarları olan ülkeler tarafından Arap Körfezi'nin diğer bölgelerine göre daha fazla hedef alınmasına sebep olmuştur (ALhussaynawi, 2013, s. 38).

1.2.1 Genel Olarak Irak

Tarihsel süreçte birçok medeniyete evsahipliği yapmış Irak yada resmi adıyla Irak Cumhuriyeti, özellikle son yüzyılda büyük çalkantılar ve güç mücadelelerinin yaşandığı işgal edilmenin ve iç kargaşanın asısını yaşamış bir ülkedir. Irak, içinde barındırdığı çeşitli etnik ve dini topluluklar nedeniyle, karmaşaya ve dış etkilere hazır yapısıyla her zaman sorunlu bir bölge olmuştur (Kahraman, 2008, s.5). Coğrafi konumu itibariyle bakıldığında Irak kuzeyinde Türkiye'nin, doğusunda İran'ın, güneydoğusunda Kuveyt'in, güneyinde Suudi Arabistan'ın, güney batısında Ürdün ve batısında ise Suriye'nin sınır komşusu olduğu en büyük şehri ve başkenti Bağdat olan federal parlamenter cumhuriyet rejimi ile yönetilen bir batı Asya ülkesidir.

Irak, stratejik konumu ile ve petrol rezervleri ile körfez ülkeleri içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Öyle ki Irak Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan'dan sonra dünyanın en büyük üçüncü petrol üreticisi olan ülke konumundadır. Ancak 2003 yılında Amerika'nın işgali sonrasında ülkede petrol üretiminde ciddi bir düşüş yaşamıştır. Irak'a ait temel göstergeler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Irak'a Ait Temel Göstergeler (www.insamer.com; www.mfa.gov.tr)

Resmi adı	Irak Cumhuriyeti
Yönetim biçimi	Federal Cumhuriyet
İdari Birim	Irak 19 vilayetten oluşmaktadır.
Başkent	Bağdat
Yüzölçümü	437.072 km ²

Nüfusu	40.2 milyon
Nüfusun etnik dağılımı	%75-80 Arap, %15 Kürt, %5-10 diğer (Türkmen, Yezidi, Şebek, Ermeni)
Din	%85 Müslüman, %15 Hristiyan (çoğunluğu Süryani)
Diller	Arapça, Kürtçe, Farsça, Süryanice, Türkçe, Ermenice
Milli Gelir	230,14 milyar dolar
Kişi Başı Ortalama Milli Gelir	5,880 dolar
İşsizlik oranı	12,80%

Körfez ülkelerinden birisi olan Irak, İran ve Suudi Arabistan'dan sonra en büyük yüzölçümüne sahip ülke konumundadır. Irak'ın yüzölçümü 432.072 km² dir. Irak, Arap olmayan dünya ile komşu olan tek körfez ülkesidir. 19 vilayetten oluşan Irak'ın başkenti Bağdat'tır ve nüfusu 40.2 milyon civarındadır.

Nüfusun %75-80'ini Araplar, %15'ini Kürtler, %5 ile 10'unu ise Ermeniler, Şebekler, Yezidiler ve Türkmenler oluşturmaktadır. Irak'ta nüfusun %85'i müslümanlardan oluşurken %15'i hristiyanlardan oluşmaktadır. Hristiyanların çoğunluğu ise Süryaniler'dir. Ülkede Arapça, Kürtçe, Farsça, Süryanice, Türkçe ve Ermenice dilleri konuşulmaktadır. Irak, Mezopotamya kültürünün hakim olduğu İslam dini ve geleneksel Kürt ve Arap kültürü etrafında biçimlenmiş bir kültüre sahip ülkedir. Bunun yanında Irak, yüksek kozmopolit toplumsal yapıya ve canlı kültürel çeşitliliğe sahiptir. Ülkede İslam'ın etkisi Kürt ve Arap kültürünün müzik, mimari, mutfak ve giyim gibi yaşam tarzlarında etkisini göstermektedir. Milli geliri 230,14 milyar dolar Irak'ın kişi başı ortalama milli geliri 5,880 dolardır. Ülkede işsizlik oranı %12,80 civarındadır. Ülkenin ekonomisi, tarım, ticaret ve petrol ihracından oluşmaktadır.

1.2.2 Irak'ın Tarihi

En eski doğu medeniyetlerinin ortaya çıktığı mezopotamya 633-642 yılları arasında İstanbul topraklarının bir parçası olmuştur. Mezopotamya en parlak dönemine Emevi ve abbasi dönemlerinde yaşamıştır. O dönemlerde Bağdat, dünyadaki en önemli ticaret ve kültür merkezidir. 632'de müslümanların Irak'ı fethetmesinden sonra Hazreti Ali döneminde de İslam'ın merkezi olmuştur. Ancak Emeviler ve Hazreti Ali arasında yaşanan Saffayin Savaşından sonra bölge çeşitli mezhep ve etnik grupların bugüne kadar devam eden mücadelesine sahne olmuştur. Nitekim bölge sırasıyla Emeviler, Abbasiler ve Selçuklular tarafından yönetilmiştir. 1258 yılında bölge, Moğollar tarafından ele geçirilmiş ve iki yüzyıl boyunca Moğolların kontrolünde kalmıştır. Daha sonra Akkoyunluların (1444-1467) egemenliğine giren Irak, 1499-1508 yılları arasında Safeviler tarafından işgal edilmiştir (www.insamer.com).

Irak, Orta Doğu bölgesinin merkezindeki merkezi konumu nedeniyle, Birinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında bölgede önemi hızla artan ülkelerden biri olmuştur. 1914 yılında Osmanlılara karşı Basra şehrine asker çıkaran İngiliz birliklerinin ilerleyişinde stratejik yönlerden biri olan bölge, savaşın sona ermesin ile birlikte tamamen işgal edilmiştir. Dolayısıyla modern anlamda Irak, 1920 yılında Osmanlı Devleti'nin birinci Dünya Savaşı'nda kaybetmesi ile beraber İngilizlerin Osmanlı'nın eyaletleri olan Basra, Bağdat ve Musul'u yeni bir politik oluşum olarak birleştirmesi sonucunda oluşmuştur. Bölge İngiliz Hindistanı ve Akdeniz arasında olması nedeniyle İngilizler bu bölgedeki etkili nüfuzunu kullanarak başat güç konumuna ulaşmayı amaçlamıştır (William, 2000, s. 50). 1920 yılında İngiliz Devleti'nin hakimiyetine karşı başlayan ayaklanma tüm halk kesimlerinin katılımıyla genişlemiştir. Halkın ortak direnişin simgesi olan bu isyan kanlı bir şekilde işgal güçleri tarafından bastırılmış ve böylece işgal güçleri yeni kurdukları rejimin başına İngilizlerle işbirliği yapan birinci Faysal'ı kral olarak atanmıştır. İşgal güçleri birbirinden tamamiyle farklı olan üç coğrafyayı ve karmaşık toplumsal yapıyı bir arada tutabilmenin ve birbirleri ile rekabet içerisinde olan farklı etnik grupların birlikte yaşamayasını sağlamanın tek yolunun diktatörlük olduğunu öne sürmüştür. Nitekim

1932 yılına kadar Irak resmen İngilizlerin himayesinde kalmıştır (Kahraman, 2008, s.6).

Kral faysal'ın 1933 yılında yaşamını kaybetmesi ile Irak'ın yönetim kadrosu İngiltere yanlıları ve karşıtları olmak üzere ikiye bölünmüştür. 1936 yılında İngiltere karşıtı olan grup yaptığı askeri darbeyle Hikmet Süleyman'ı başbakan olarak atanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın neden olduğu gerginlik Irak'ı da etkilemiş ve Almanlar ülkede yaptığı askeri darbeyle kendisine yakın bir yönetimi başa getirmiştir. Fakat İngilizler ikinci bir darbeyle yeniden hakimiyeti ele geçirmiştir. 1950 li yılların başlarında Irak'ta yeniden İngiliz yanlıları ve sosyalistlerin oluşturduğu ikili yap ortaya çıkmıştır (Marr ve Al-Marashi, 2018, s. 95). 14 Temmuz 1958'de gerçekleştirilen askeri darbeyle cumhuriyet ilan edilmiş ve Abdülkerim Kasım cumhurbaşkanı olmuştur. Bu darbe bırakın 37 yıl boyunca süren İngiltere bağıni koparmıştır. 8 Şubat 1963 yılında askeri darbeyle Abdülkerim Kasım görevden el çektilirilmiş yerine Baas Partisi ve Abdüsselam Arif gelmiştir. 1966 yılında Abdüsselam Arif'in helikopter kazasında ölmesi ile yerine Abdurrahman Arif geçmiştir. 1968 yılında ise general Ahmet Hasan el Bekir iktidara gelmiştir. El Bekir, 1979 yılında Saddam Hüseyin lehine başkanlıktan çekilmiş bütün yetkileri Saddam Hüseyin'e devretmiştir. Bu durum Saddam diktatörlüğünün de yolunu açmıştır (Yapp, 2014, s. 232). Saddam hükümeti ise ABD'nin Irak'ı işgali ile sona ermiştir.

1.2.3. Irak İşgali

11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de ikiz kuleler olarak bilinen dünya ticaret merkezinin El kaide örgütü tarafından hedef alınmasıyla George W. Bush, ABD'nin sınırları dışında terörle mücadele olarak planladığı projesini yürütebilmek için geniş bir destek bulmuştur. Bu destek ile Bush, öncelikle ikiz kuleleri bombalama eylemini üstlenen el Kaide'ye karşı savaş başlatmış, daha sonra İran, Irak ve Kuzey Kore'i kapsayan "şer eksenini" olarak değerlendirdiği ülkelerle savaşacağını açıklamıştır. ABD Savunma Bakanı Rumsfeld de 14-15 Eylül 2001 yılında BM Güvenlik Konseyi'ne yaptığı açıklamada ABD'nin Afganistan'dan sonra gücünü başka alanlara yönlendireceğini belirtmiştir. Böylece kamuoyunu Irak savaşına hazırlayabilmek için yoğun bir diplomatik ve medya kampanyası başlatılmıştır. Öne sürülen argüman ise

Irak'ın kitle imha silahlarına sahip olduğu yönünde olmuştur. Ancak daha sonra uluslararası teftiş gruplarının yaptığı inceleme sonucunda Irak'ın işgaline delil olarak kullanılacak kitle imha silahlarının bulunmadığı gerçeği ortaya konulmuştur (el-Hamdani, 2015, s. 697). Bu gelişmelere rağmen ABD bölgedeki çıkarları olan ülkelerle oluşturduğu koalisyon sayesinde 2003 yılı mart ayında Irak'ı işgal operasyonuna başlamıştır. 20 Mart 2003 tarihinde sabaha karşı ABD füzeleri Bağdat'a düşmeye başlamıştır. İlk saldırılar Saddam Hüseyin'in bulunduğu konvooya yönelik olmuştur. Daha sonra İngiliz ve ABD kara kuvvetleri ülkenin güneyine girmiş 9 Nisan'da ABD, Bağdat'ın merkezine ilerlemeye başlamıştır. Böylece Saddam Hüseyin'in kent merkezindeki denetimi çözülmüş ABD'li askerler ve Kürt Peşmergeler Musul ve Kerküku ele geçirmiştir. Daha sonra Bağdat'ta ve diğer büyükşehirlerde yağma olayları yaşanmıştır. 8 Nisan tarihinde ABD Irak yöneticileri içinde yakalamayı istediği 55 kişinin ismini açıklamıştır. Bu isimler ABD'li askerlere dağıtılmıştır. BM Güvenlik Konseyi'nin mayıs ayındaki toplantısında ABD'nin Irak'a müdahalesini destekleyen kararlar alınmış, ABD Baas Partisi ve tüm yönetiminin kurumlarını lağvettiğini açıklamıştır (Arı, 2012, ss. 553–675).

İşgalin tamamlanmasının ardından ABD, 23 Mayıs 2003 tarihindeki BM Güvenlik Konseyi toplantısında geçici bir Irak yönetimi oluşturabilmek için 1483 sayılı kararı çıkarmıştır (Kirebiş, 2008, s. 108). Temmuz ayında ise ABD idaresi tarafından atanan geçici yönetim konseyi ilk toplantısını yapmıştır. Ancak savaş beklendiği gibi gitmemiş ve Abédi açısından hem maddi hem insani maliyetleri olan bir savaşa dönüşmüştür. Nitekim 2008 yılında göreve gelen ABD başkanı Barack Obama ABD'nin Irak'tan ayrılacağını açıklamıştır.

1.2.4. ABD'nin Irak'ı İşgalinden Sonra Irak'ın Sorunları

1.2.4.1. Siyasi Sorunlar

ABD'nin Irak'ı işgalinden sonra yaşanan süreç hem Irak halkı açısından hem de işgalciler açısından savaştan daha zorlu geçmiştir. Bu süreçte yaşanan en önemli sorunlardan biri siyasal sorunlardır. İşgal sonrası ülkede ciddi bir siyasal istikrarsızlık sorunu yaşanmıştır. Bu sorunun temel nedeni ise Irak'ın demografik yapısıdır. Irak'ın mezhepsel ve etnik yapısında yer alan unsurların birbirleriyle olan tarihsel sorunları

gittikçe karmaşık bir hal almıştır. Bu etnik ve mezhepsel unsurların farklı davranışları, inançları ve beklentilerinin neden olduğu karmaşa bırakın bir kaosa sürüklemiştir. Bunun yanında işgal güçlerinin ülkeyi Iraklılar olarak değilde türkmenler, Kürtler, Şiiler ve Sünniler olarak görmesi ve her etnik grubu muhatap alması yaşanan siyasal istikrarsızlığın bir başka nedenidir (Sahadan, 2006, ss. 26-30). Geçici Yönetim Konseyi'nin 2003 yılından sonra aldığı kararlar doğrultusunda Baas Partisini, Savunma Bakanlığı'nı ve içişleri bakanlığını dağıtması ülkede siyasal istikrarsızlığa zemin hazırlamıştır. Bu durum ülkede anarşi ve kaosun artmasını beraberinde getirmiş eski aktörlerin gücünü tekrar elde etmek için ve yeniden otoritelerini kurmak için iktidar mücadelesine girmesini sağlamıştır (Mazin, 2008). Irak siyasal yapısı etnik kimliğini ön plana çıkaran siyasal aktörlerin güdümündedir. Sürgündeki politikacıların ülkeye dönmesi ve siyasetteki ağırlığını kurmaya çalışması ve yaşanan şiddet buna izin vermiştir. Ayrıca 1991 yılından bu yana Saddam'ın uyguladığı baskıcı politikalar da bu sonuçları etkilemiştir. ABD'li yetkililer de işgalin başından bu yana siyasal pozisyonlarını etnik çizgide yürütmüşlerdir (Demir, 2003, s. 42).

Siyasal istikrarsızlığın devam ettiği ve siyasal bütünlüğün olmadığı Irak'ta federal veya konfederal yapı korunamamış ülke çatışmalı ve anlaşmalı bir şekilde bölünme sürecine girmiştir. Ancak bölünmenin gerçekleşmesi uzun bir süreci gerektirmektedir. Irak hangi bağlamda bölünürse bölünsün bağımsız bir Kürt devletinin kurulması kaçınılmazdır. Irak'ta kurulacak bir Kürk devleti Türkiye açısından bir taraftan küresel dengelerin ve algıların değişmesi diğer taraftan da bölgesel dengelerle ilişkili olarak yeni fırsatların ortaya çıkması anlamına gelmektedir (Özcan, 2004, ss. 119-122). Siyasal istikrarsızlığın neden olduğu bir başka sorun ise Kerkük meselesidir. Bu sorun bölgenin en sıcak gündem maddelerindedir. Kerkük'ün herhangi bir bölgeye dahil edilmeyeceği ifadesi yeni anayasada yer almamıştır ve bu durum ciddi bir hayal kırıklığına neden olmuştur (Abdullgfor, 2011, s. 77).

Bu yapıda ABD'nin önerdiği mezhepsel ve etik farklılıklara dayalı federal devlet modelinin oluşturulması ve işleyişi ciddi zorluklar içermektedir. Bu model enerji kaynaklarının farklı bölgeler arasında nasıl taksim edileceği, federal yapının hangi kriterlere göre oluşturulacağı ve federal bölge sınırlarının nasıl belirleneceği gibi farklı sorunları çözümlenmemiştir (Kalaycıoğlu, 2005, s.113). Siyasal alanda yaşanan

istikrarsızlık halkın günlük yaşamında yaşadığı güvenlik sorunlarının kaynağını oluşturmuştur. Toplumun mezhepsel ve etnik temelde ayrışması, kimliklerin Irak vatandaşlığından öte bölünme temelinde şekillenmesi siyasal ortamı yönlendiren temel unsurlar olarak ön plana çıkmıştır. Siyasal partiler dini ve etnik ayrımlar üzerinden politika üretmiş ve silahlı güçleri desteklemiştir (Abdullgfor, 2011, s. 76).

1.2.4.2. Güvenlik Sorunları

2003 yılından sonra geçici yönetim konseyi tarafından yapılan hatalar ülkede yaşanan güvenlik sorunlarını daha da arttırmıştır. Geçici yönetim Konseyi'nin Savunma Bakanlığı'nı dağıtmasıyla 385.000 asker İçişleri bakanlığını dağıtmasıyla 285.000 polis ve 50.000 Özel kuvvetler görevlisinin görevden alınmasının sonucunda ülkede toplumsal kaosu kontrol edebilecek mekanizma ortadan kalkmış bu durum her tür öldürme, adam kaçırmaya, suistimal, hırsızlık ve yağmaya zemin oluşturmuştur. Halkın kendisini güvende hissetmediği bu ortam hızlı bir silahlanmayı beraberinde getirmiştir (Mazin, 2008). Ülkede muhalif kesimler arasındaki şiddet ciddi güvenlik problemlerine neden olmuş ve binlerce vatandaşın hayatını kaybetmesine yol açmıştır. Hem iç kaynaklı hem dış kaynaklı bu şiddet olayları halka ağır fatura yüklemiştir. Yaşanan yaralanmalar ve sivil ölümler geride anne ve babasını kaybetmiş çocuklar ve eşini kaybetmiş kadınlar bırakırken 4 milyona yakın kişinin yaşadığı yeri terk etmesine neden olmuştur (Çetinsaya ve Özkan, 2009, s. 32-35).

Halk ile yapılan görüşmelerde artan şiddet nedeniyle etnik ve mezhepsel ayrılıkların her geçen gün arttığı tespit edilmiştir. Bu ayrılıklar Arap aşiretleri, Türkmenler, Sünniler ve Şiiiler arasında keskindir. Ancak yaşanan şiddet kimliklerin belirginleşmesini sağlamıştır. Kürt, Arap ve Şii güvenlik güçlerinin Sünni Araplara karşı kullanılması bu kimlik ve mezhep farklılığının derinleşmesini hızlandırmıştır. Dolayısıyla karma nüfuslu bölgelerde yaşanan şiddet telafi edilmesi zor zararlara neden olmuştur. Özellikle 2006 yılında yaşanan mezhep savaşları karma nüfuslu bölgeleri dağıtarak Irak'ta geri döndürülemez sonuçlara yol açmıştır (Sahadan, 2006, ss. 26-30). Irak'ta yaşanan göç ve ölüm sayısına bakıldığında ülkede bir iç savaşın olduğu net şekilde görülmektedir. Muhtelif kaynaklar günlük yaklaşık 100 kişinin

yaşamını kaybettiğini ve aylık ortalama 3000 kişinin ülkeyi terk ettiğini bildirmektedir (Abdullgfor, 2011, s. 81).

1.2.4.3. Ekonomik Sorunlar

Irak'ta yaşanan savaşlar nedeniyle petrolden elde edilen gelirler savaş giderini karşılamaya seferber edilmiş ambargoların ülke üzerinde yarattığı olumsuz etkiyi hafifletmek için çok yönlü altyapı yatırım ve hizmetleri ertelenmiştir. Bu durum Irak ekonomisini geçici bir çöküşün eşiğine getirmiştir. Yaşanan çöküşün geçici olarak nitelendirilmesinin nedeni ise ülkenin en önemli gelir kaynağı olan petrolün hala dünyada önemini koruyor olması ve petrolün bir zenginlik kaynağı olarak görülmesidir (Yılmaz vd., 2004, s. 81). Irak halkının yaşadığı işsizlik kronik bir duruma gelmiş bu durum Irak'tan yurtdışına doğru nüfus hareketliliğini sıklaştırmıştır. 2003 yılından sonra işsizliğin daha da artmasının nedenleri ise;

- Şiddet,
- Ekonomik aktivitelerin azalması,
- Ordunun tasfiye edilmesi,
- Ülkede ve eyaletlerde piyasanın dinsel ve etnik anlamda bölünmesi olarak sıralanmıştır (Salim, 2008, ss. 14-19).

İşsizlik oranı ülke genelinde 2003 yılından %28.1 seviyesine ulaşmıştır. 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz ise ülke ekonomisini daha da etkilemiş hükümetler krizin baskıcı etkisini azaltmak ve ekonomide talebi artırmak için politikalar üretmiştir. Savaş nedeniyle ülkede faaliyet gösteren yabancı şirket sayısı azalmış çalışanların önemli bir bölümü kamuda istihdam edilmiştir. Bu durum kamunun ekonomik yükünü arttırmıştır. Irak'ta ülke ekonomisine zarar görmesi, güvenlik sorunlarının artması, işsizliğin artması ve alt yapının yenilenmesi nedeniyle hala 6 milyondan fazla kişi açlık çekmektedir. Bu durum ülkede her dört Irak'lıdan birisinin açlık problemi yaşadığını göstermektedir. Bunun yanında gıda güvenliğiliğinin olmamasından dolayı 8 milyon Irak halkının düzenli yardım alması

gerekmektedir. Bu rakam ise Irak nüfusunun %30'una yakınına oluşturmaktadır (Abdullgfor, 2011, ss. 104-106).



İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE HABER KAPSAMI

2.1. Medya Kavramı

Medya kavramı Latince de araç ve ortam gibi bir anlamları ifade eden “medium” teriminin çoğunluğundan türetilmiş bir kavramdır. Türk Dil Kurumu (TDK) güncel sözlüğünde ise medya kavram “iletişim ortamı” ve “iletişim araçları” olarak açıklanmaktadır (TDK, 2022). Dolayısıyla medya, her türden bilginin bireylere ve toplumlara aktarılmasıyla gerçekleşen enformasyon ve eğitim gibi temel nitelikleri bulunan işitsel ve görsel araçlar şeklinde tanımlanmaktadır (Soydan, Alpaslan, 2014, s. 57). Literatürde medya kavramı yerine çoğu zaman kitle iletişim araçları kavramının kullanıldığı görülmektedir (Arslan, 2016, s. 5). Nalçaoğlu’na (2005, s. 51) göre kitle değişim araçları kavramı sözcüğe daha geniş bir kullanım alanı kazandırmaktadır.

İnsanoğlu tarihin ilk günlerinden bu yana bilgi edinme ihtiyacı nedeniyle çevresiyle iletişim içerisinde olmuştur. Çevresiyle iletişim kurdukça bilgisinin ve gücünün arttığını ve böylece egemenliğinin sağlandığını gören insanoğlu iletişimin önünde duran engelleri kaldırmaya yoğun çaba göstermiştir. Bunun yanında nüfusun artması, topluluklar halinde yaşama, üretim ilişkilerin karmaşıklaşması sonucunda geleneksel iletişim yöntemi olan yüz yüze iletişimin bu süreçte sınırsız kalmasıyla insanoğlu daha hızlı, etkin ve kolay iletişim kurmanın yollarını aramıştır. Bu arayış kitlesel iletişime imkan sağlayan medya kavramını ortaya çıkarmıştır (Balcı ve Gergin, 2008: 146-147). Günümüzde ise kitle iletişim araçları veya başka bir ifadeyle medya, insan hayatının neredeyse tüm alanlarını sarmalamış durumdadır. Öyle ki her geçen gün farklı bir iletişim aracı ortaya çıkmakta ve insanlar tarafından kullanılmaktadır. Bu durum kitle iletişim araçlarının insanın algı ve tasavvurlarını farklı şekillerde değiştirmesine ve etkilemesine neden olmaktadır. (Arslan, 2016, s. 5-6). Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı kuşkusuz insanların iletişim ihtiyacı ile bağlantılıdır. Bu bağlamda medya ve insanlık tarihinin temel yapıları indirgenğinde aynı yaşta olduğu söylenebilir. İlk zamanlarda insanların ateş ve dumani kullanarak iletişim kurmaları, barınakların duvarlarına resim çizmeleri veya farklı enstrümanlarla farklı sesler çıkarmaları gibi durumlar iletişim ihtiyacına ve

dolayısıyla kitle iletişim araçlarının gelişimine örnek olarak gösterilir (Vardarlier ve Zafer, 2019, s. 356).

En yalın ifadesiyle bilgilendirme ve haberleşme faaliyetlerini içeren kitle iletişim araçlarının ilk boyutları sözlü iletişime geçilmesi ile beraber gelişme göstermiştir. Konuşmanın başlamasıyla gelişimini sürdüren kitle iletişim araçları daha sonra yazının icat edilmesi ile beraber daha ileriye gitmiş ve kitle iletişim araçlarının yazılı boyut ortaya çıkmıştır. Yazının icat edilmesi ile beraber metin belgesine dönüştürülmüş bilgi ve haberler ile bireyler arasında bilgi haber paylaşımı başlamıştır. İlk dönemlerde elle yazılarak çoğaltılan haberlerin ve bilgilerin yer aldığı medya faaliyetleri 15. yüzyılın ortalarına doğru matbaanın icat edilmesi ile beraber ivme kazanmıştır. Matbaa ile beraber metinler daha kolay ve daha hızlı şekilde çoğaltılarak daha çok insana ulaşmaya başlamıştır (Özçağlayan, 2008, s. 133). 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde kitle iletişim araçlarını temsil eden kavramların yerine giderek medya kavramının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu kullanım biçimiyle birlikte kullanım sıklığı artan kavram, zamanla gündelik dilde yerleşik hale geldi. Bu bağlamda medya kavramının bütüncül anlamda iletişim araçlarını ve ortamlarını ifade ettiği söylenebilir (Soydan ve Alpaslan, 2014, s. 57). Nalçaoğlu (2005: 52) da medya kavramını en geniş anlamıyla birçok kişiye ulaşan her tür yazılı, sözlü, basılı, görsel metin ve imgeleri içerisine alan geniş bir iletişim araçları yelpazesi olarak tanımlamaktadır.

Arapçada medya kelimesi, "إِعْلَامًا", "يُعَلِّمُ", "عَلَّمَ" fiilinden türemiştir ve "أَخْبَرَ", "يُخْبِرُ" bir şeyi haber vermek anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, haber vermek ve haberi aktarmak anlamında kullanılmaktadır (Hanan, 2014, s. 15).

Medya, kamuoyuna; olaylar, bilgiler, sorunlar ve olayların gidişatı ile ilgili tüm olguları, doğru bir haberle, sağlıklı bilgiyi daraltmadan ve nesnel bir şekilde sunmayı amaçlayan iletişim faaliyetinin tüm yönlerini ifade etmektedir. Bu durum, yaşanan olaylarla ilgili tüm gerçekleri ve sağlıklı bilgiyi içeren medya içeriğinin izleyicide mümkün olan en yüksek seviyede bilgi, bilinç ve farkındalık oluşturmasını ve kapsamlı bilgi elde edilmesini beraberinde getirir. Ayrıca sunulan olgular, konular ve

sorunlar hakkında kamuoyunun gelişmesine ve kamuoyunda doğru kanaatin oluşmasına katkıda bulunur (Al Dulaimi, 2012, s. 111).

Abdullatif Hamza, medyayı şu şekilde tanımlamaktadır: (Hamza, 1968, s. 75).

İnsanlara, bir olgu veya sorun hakkında doğru bir kanaat oluşturmalarına yardımcı olan haber, bilgi ve somut olgular sunmaktadır. Kuşkusuz bu kanaat, kitlelerin anlayış ve yönelimlerinin nesnel bir ifadesini ortaya koymaktadır.

Medyanın en açık ve net tanımı ise Alman bilim insanı Ottogrot tarafından yapılmıştır:

Medya, kitlelerin anlayışının, ruhunun, eğilim ve yönelimlerinin nesnel ifadesidir (Abu El saiid, 2014, s. 26).

2.1.1. Medyanın Önemi

İletişim sürecinde topluma iletilecek mesajların çoğaltılması ve hedef kitleye ulaştırılmasında bazı araçlar kullanılmaktadır. Bu yönüyle medya araçları toplumda farklı görüş, düşünce ve kanaatlerinin oluşmasında ve yayılmasında önemli bir aracılık rolünü yerine getirmesi nedeniyle oldukça önemlidir (Yüksel 2004, s. 245). Özellikle demokratik toplumlarda medya iki temel işlevi yerine getirmektedir. Bunlardan birincisi yasama, yürütme ve yargıdan sonra medyaya dördüncü kuvvet olma niteliğini kazandıran denetleme işlevidir. İkinci işlevi ise toplumdaki farklı görüş ve düşüncelerin yayılmasına aracılık ederek serbest düşünceye katkıda bulunması işlevidir. Ancak medya bu işlevini yalnızca serbest piyasa koşullarında, kamusal yayıncılığın sağlandığı durumlarda ve medyanın tekelleşmediği durumlarda yerine getirebilmektedir (Atabek, 2002, s. 231). Medya araçları yerine getirdiği işlevleri nedeniyle toplumda önemli bir fonksiyona sahiptir. Literatürde medyanın genel olarak beş temel işlevi yerine getirdiği ve bu nedenle önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bunlar (Özdemir 1998, ss. 35-36);

Bilgilendirme: İçerisinde yaşadığımız toplumda ve dünyada yaşanan gelişmeler hakkında sağladığı bilgilendirme ile bireyin kendisi, çevresi, ülkesi ve dünyası hakkında bir vizyon oluşturmasını sağlamaktadır.

Kültürel süreklilik: Tarih, gelenek, inanç ve görenek gibi toplumsal değerlerin nesiller arasında aktarılmasını sağlayarak kültürel devamlılığa katkı sağlamaktadır.

Toplumsallaştırma: Halkın birbirleriyle etkileşime girmesini sağlayarak toplumsal birliğin oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Kamuoyu oluşturma: Toplumun ilgilendiren konularla ilgili kamuoyuna bilgi aktararak kamuoyunun o konuya dikkatini çekmekte ve toplumun farklı alanlarda ortak kanaat geliştirmesini sağlamaktadır.

Eğlendirme: Film, dizi, yarışma ve müzik gibi programlar aracılığıyla toplumun hoşça vakit geçirmesini sağlamaktadır.

Medya işlevsel olarak sadece bir iletişim aracı değil bunun yanında önemli bir eğitim aracıdır. Medya özellikle geniş halk kitlelerinin eğitiminde oldukça önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Medya, kültürel değerleri geniş halk kitlelerine yayar, toplumun bunları öğrenmesine ve içselleştirmesine yardımcı olur. Medya araçları ise bu kültürel ürünleri insanların evlerine ve yaşam alanlarına kadar taşır ve aynı iletide çok sayıda farklı mesajı çok farklı insanlara iletme gücüne ve yetisine sahiptir (Arslan, 2011, s. 6). Bireysel, toplumsal ve kültürel açısından taşıdığı önemin büyüklüğünden dolayı farklı kuramlar çerçevesinde şekillenen araştırmalarda medyanın farklı işlevleri ortaya konulmuştur (Aytekin, 2016, s. 32). Bu araştırmalardan birinde Bertrand (2004, s. 18) medyanın yerine getirdiği işlevler açısından önemini aşağıdaki gibi sırlamaktadır:

Çevreyi izleme: Günümüzde toplumlarında çevrede gelişen olaylarla ilgili hızlı bilgi verme becerisine sahip olan araçlar medya araçlarıdır. Medya, bilgi toplama, bilgiyi değerlendirme, yorumlama ve dolaşıma sokma gibi görevleri yerine getirerek toplumun içerisinde yaşadığı çevreyi takip etmesini ve çevresinde yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır.

Sosyal iletişimi sağlama: Tartışma yoluyla ortak kanaate varıldığı demokratik toplumlarda medya barışçıl bir şekilde toplumda görüş birliği olmasını sağlamaktadır.

Vizyon oluşmasını sağlama: Medya insanların doğrudan deneyimleyemediği bölgeler, insanlar ve konular hakkındaki bilgileri sunarak bu konuda bir vizyon oluşmasını sağlamaktadır.

Kültürü iletmek: Bir topluma ait kültürel değerler kuşaklar arasında aktarılmaktadır. Medya ise bu aktarıma aracılık ederek kültürün kuşaklar arasında iletilmesini sağlamaktadır.

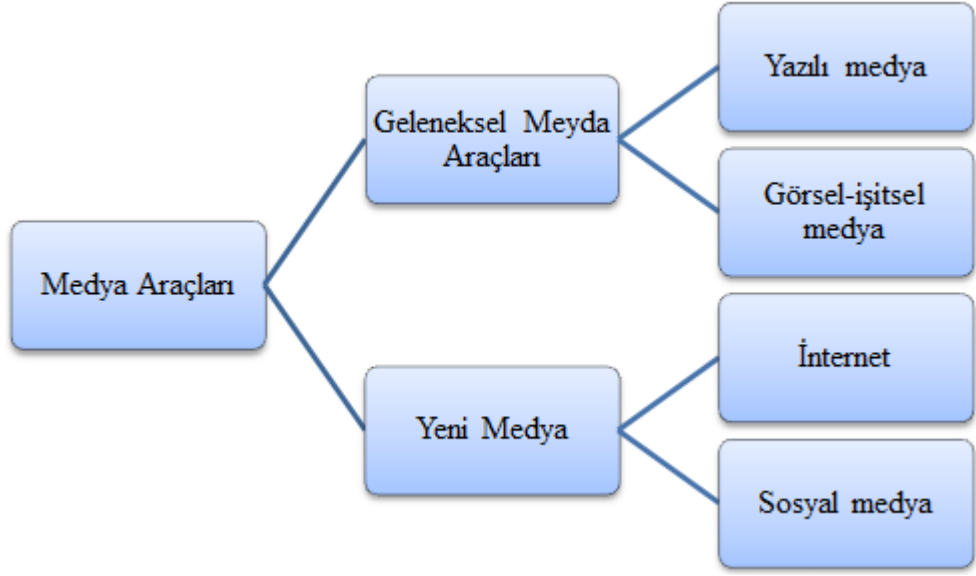
Mutluluğa katkıda bulunma: Kitle toplumlarında toplumun fiziksel ve ruhsal sağlığını olumsuz etkileyecek gerilimleri azaltmak için eğlence içerikli yayınlar oldukça önemlidir. Toplum, eğlence içerikli yayınları medya üzerinden temin etmektedir. Medya izleyicileri medyadan kendisine eğlence sunmasını beklemektedir.

Tüketim: Reklamcılığın temel aracı medyadır. Medya sahipleri reklamlar aracılığıyla halkın tüketim alışkanlığını şekillendirmektedir. Bu nedenle medya reklamlar açısından en uygun çevreyi yaratmaktadır.

Yukarıda ana hatlarıyla ele alınan medyanın sahip olduğu işlevler medyanın bireysel, toplumsal ve kültürel açıdan taşıdığı önemi ortaya koymaktadır.

2.1.2. Medya Araçları

Baskı teknolojilerinin yazı ve kağıtla buluşması yazılı medya araçlarını, teknolojilerinin ilerlemesi ile teknolojinin sesle buluşması radyoyu ve daha sonra sesin teknolojiyle buluşması televizyonu ortaya çıkarmıştır. Son olarak bilgisayar teknolojisi ile internet ortamına taşınan herkesin katılımını olanak sağlayan metin, ses ve görüntüyü bir araya getiren yeni medya teknolojisi ile artık medya araçları toplumda, ailede ve bireysel hayatımızda vazgeçilmez bir yer edinmiştir (Aydeniz, 2012, ss. 22-28). Bu bağlamda medya araçlarını 2 kategoride ele alınmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2: Medya Araçları

2.1.2.1. Geleneksel medya araçları

Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan medya araçları gazete, televizyon ve radyo gibi medyanın geleneksel medya olarak değerlendirilmesini etkilemiş ve “geleneksel medya” tanımları iletişim araştırmaları literatüründe yerini almıştır (Delal, 2018, s. 9). Geleneksel medya araçları literatürde ana akım veya eski medya araçları olarak da tanımlanmaktadır. İçeriğindeki metin, görüntü veya sesin birisini ya da birkaçını bir arada sunabilen geleneksel medya araçları yapısı gereği mesajlarını homojen yapıda kabul ettiği edilgen kitleye tek yönlü şekilde iletmektedir (Törenli, 2005, s. 87). Literatürde yaygın şekilde ele alınan geleneksel medya araçları şekil 3’te gösterilmektedir.



Şekil 4: Geleneksel Medya Araçları

Yazılı araçlar

Adından da anlaşılacağı üzere yazılı medya, haber ve bilgi sağlamak için baskı teknolojisi kullanılarak oluşturulan gazete, kitap, dergi, afiş, reklam ve broşür gibi araçlardan oluşan bir geleneksel medya türüdür. Fakat söz konusu yazılı medya olduğunda gazete ve dergi gibi araçlar diğerlerinden daha görünür durumdadır (Sarı, 2018, s. 28).

Gazete: Gazete, geleneksel medya araçları denildiğinde akla ilk gelen kitle iletişim aracıdır (Nuran, 2018, s. 9). Gazeteler; siyasi, sosyal, iktisadi farklı konularda bilgi ve haber vermek, yorum yapmak için günlük ya da belirli bir sürede çıkarılmaktadır. İnsanoğlu eskiden buyana farklı konular, olaylar ve gelişmeler ile ilgili bilgi sahibi olmayı istemiştir. Gazeteler insanoğlunun bu isteğini herkese açık bir şekilde yazılı olarak sunmaktadır (Eker, 1994, s. 88). Başka bir tanımlamaya göre en eski geleneksel kitle iletişim araçlarından birisi olan gazete; bilgi, haber ve reklam içeren toplumu güncel gelişmeler konusunda aydınlatmayı amaçlayan süreli yayınlar olarak tanımlanmaktadır (Alemdar ve Uzun, 2013, s. 235). Genel anlamıyla basın ve özelde gazetenin ortaya çıkmasının temel aşamaları kağıt, yazı ve daha sonra

matbaanın icadı ile birlikte baskı sanatlarının yaygın şekilde kullanılmaya başlanmasıdır (Sarı, 2018, s. 28).

19. yüzyılda endüstri devriminin de etkisiyle birlikte matbaacılık alanında yaşanan teknolojik ilerlemeler gazetenin kendisine has baskı teknolojisine kavuşmasını sağlamıştır. Bu süreçte daha önce tahta baskı makinaları ile basılan gazeteler buharlı baskı makinalarıyla basılmış elle yapılan dizgi yerine makina dizisi gelişmiştir (Horuz, 2005, s. 10). Bu gelişmeler içerik ve teknolojik açıdan gazeteciliğin özgürlük alanını genişletmiş ve gazetecilik bağımsız bir meslek haline dönüşmüştür (Bülbül, 2000, ss. 9-10).

Dergi: Belirli ve düzenli aralıkta yayınlanan, okuyucuların farklı ilgi alanlarına hitap edecek içerikler sunan, eleştiri, araştırma, inceleme, makale ve deneme gibi yazıların yer aldığı basılı yayın organlarına dergi adı verilmektedir. Dergiler siyaset, tarih, kültür, edebiyat, moda, spor ve sanat gibi farklı alanlarda içerikler üretmektedir (Sarı, 2018, s. 30). Matbaanın icadı diğer basılı yayınlarda olduğu gibi dergiler açısından da ayrı bir öneme sahiptir. Nitekim dergi niteliği taşıyan ilk ilmi ve edebi yayımların 1665'te Paris'te yayımlandığı belirtilmektedir. O tarihten bu yana dünyanın birçok yerinde farklı özelliklere de sanat, edebiyat ve fikir alanında ulusal, yerel ve bölgesel bazda yüz binlerce dergi yayınlanmaktadır (İspirli, 2020, s. 102).

Görsel işitsel araçlar

Bilgi ve haber vermek amacıyla görüntü ve ses teknolojilerinin bir arada ve ayrı ayrı kullanıldığı televizyon, radyo ve sinema gibi araçları görsel işitsel medya araçlarıdır (Sarı, 2018, s. 31). Ancak bu araçlar içerisinde öne çıkanları radyo ve televizyondur.

Radyo: Gazete ve dergi ile kıyaslandığında hedef kitleye aktarılmak istenen mesajların ses ve müzik aracılığıyla aktarıldığı iletişim aracına radyo adı verilmektedir (Uztuğ, 2004, s. 346- 347). Franklin ve arkadaşları (2005) İtalyan bir bilim adamı olan Guglielmo Marconi'nin 1901'de üzerinde çalıştığı teknolojinin günümüz radyosunun atası olarak kabul edildiğini belirtmektedirler.. Guglielmo, radyoyu icat etmeden önce, telgraf ve telsiz telefon aracılığıyla iki nokta arasında mesajları paylaşma olasılığını

denemiş zaman geçtikçe, daha sonra “radyo” olarak adlandırılan kablosuz iletişim teknolojisini kullanarak uzak bölgelere mesaj göndermeyi başarmıştır. Başlangıçta küçük grup iletişimi için kullanılan radyo, daha sonra bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. 1907 ve 1927 yılları arasında radyo, tüm dünyada bir kitle iletişim aracı olarak tanınmaya başlanmıştır (Muyingo, 2020, s. 23).

Televizyon: Hareketli görüntüleri ses ile birlikte elektrik sinyaline ileterek alıcıda tekrar ses ve görüntüye dönüştürme, hareketli veya sabit cisimleri kalıcı olmayan görüntüleri elektrik yoluyla uzak mesafelere iletme işlevini yerine getiren aygıtlara televizyon adı verilmektedir. Geleneksel medya araçları içinde yer alan televizyon ses, görüntü ve hareket gibi unsurları bir arada bulundurabilen bir araç olması nedeniyle mesajların hedef kitleye iletilmesinde oldukça etkilidir (Türkmenoğlu, 2015, ss. 53-54). Televizyon yayıncılığı konusundaki ilk girişimler 1920'lerde İngiltere ve Amerika tarafından yapılmışsa da, ikinci dünya savaşından sonra hayata geçmiştir. Hartley (2002), televizyonun görsel bir güce sahip olmasına ve insanların eğlence içeriği için onu sevmesine rağmen, radyonun özellikle gelişmekte olan ülkelerin kırsal alanlarında birçok vatandaş için öncelikli tercih olmaya devam ettiğini ileri sürmüştür. Radyo, kırsal kesimdeki izleyicilerin ilgisine uygun programlar üreterek televizyon ile yarışmıştır. Benzer şekilde Myers (2008), de radyo, televizyon, gazeteler ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerine kıyasla en geniş coğrafi erişime ve en yüksek izleyici kitlesine sahip baskın bir kitle iletişim aracı olduğunu belirtmektedir (Myers, 2008, s.69). Yirminci yüzyılda, radyo ve televizyon, iletişim için ana medya olarak kabul edilmiştir. Bu araçlar bilginin daha geniş bir kitlelere yayılmasında etkili olmuş ve halkın güvenilir bilgi kaynakları olarak kabul edilmiştir (Muyingo, 2020, s. 23).

2.1.2.2. Yeni medya araçları

Medya ortamının bir parçası olarak yeni teknolojilerin ortaya çıkışı, genellikle medya endüstrisini ve operasyonlarını değiştirmiştir. Örneğin, ağ teknolojilerinin ortaya çıkışı, metinsel dijitalleşme süreçlerini ve yeni bilgi alışverişi protokollerinin kurulmasını hızlandırmış ve 1990'ların başında World Wide Web'in (WWW) ortaya çıkmasını sağlamıştır (Scolari, 2013, s.18). World Wide Web gibi yenilikler, çok

sayıda medya platformunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yeni teknolojilerin medya kullanıcılarının bölünmesine yol açtığı ve medya üreticilerinin izleyicinin ihtiyaçlarına daha fazla hitap eden içerikler yaymasını sağladığı belirtilmektedir. Bu nedenle geleneksel medyanın ayakta kalabilmesi için yeni iletişim teknolojilerini benimsemesi gerekmektedir (Muyingo, 2020, s. 26).

Karşılıklı etkileşime imkan sağlayan yeni medya geleneksel medyadan ayıran en temel özellikleri eş zamansızlık, kitesizleştirme ve etkileşimdir (İspir, 2013, s. 22). Yeni medya bir kişinin aynı anda birden fazla kişiye kolayca mesaj iletmesine imkan sağlayan ve kullanıcıların mesaj içeriğini ve iletişimi kolayca kontrol edebilmesini kolaylaştıran bir teknolojidir (Coşar, 2018, s. 79). İnternet yeni medya araçlarını en çok etkileyen gelişmedir. İnternet üzerinden anında medya mesajları gönderip almak mümkündür. Ancak internet çağındaki bu dikkat çekici gelişme, gazete, radyo ve televizyonun ilk günlerinde böyle değildi. İnternetin bir bilgi ve haber kaynağı olarak ortaya çıkmasıyla, yüksek güçlü dizüstü bilgisayarların, taşınabilir telefonların ve dijital kameraların tanıtılmasıyla birlikte, gazete, radyo ve televizyonu değiştirdi ve güçlendirdi (Franklin, 1997, s.196).

Yeni medya araçları içerisinde öne çıkan en önemli medya aracı kullanıcılar ile çevrimiçi etkileşim kurulmasına imkân sağlayan sosyal medyadır. Sosyal medya, insanlar arasında ayrıntıların paylaşılması ve tartışılması için kullanılan internet tabanlı kaynaklardır. Sosyal medya temel olarak, belirli bir yöntem veya cihaz aracılığıyla insanların kişilerarası bağlantıları tarafından üretilen ve sürdürülen iletişim/yayın sistemleriyle ilgilidir. Kullanıcıların görüş ve düşüncelerini tartışmasına izin veren ve bağlantıları ve grup geliştirmeyi motive eden araçlardır. Bazı popüler sosyal medya siteleri şunlardır: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Stumble upon, MySpace, Stumble Upon, Delicious, Scribed, Flickr (Sajid, 2016, s. 1).

2.1.3. Medyanın Özellikleri

İnsanların dünyanın farklı yerlerinde yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmasını ve böylece dünyayı daha iyi tanıyarak bilgilenmesini sağlayan bir iletişim aracı olan medya, teknolojiye yaşanan gelişmelerle güncellenerek ve kendisine has

toplumlar oluşturarak insan hayatının hemen her alanında gün geçtikçe daha yakın şekilde kullanılmaktadır (Akyıldız, 2019, s. 11). Medyanın geniş bir hedef kitlesi bulunmaktadır. Bu hedef genellikle farklı toplumsal gruplardan gelen farklı niteliklere sahip kişilerden oluşan bir topluluktur. Medyanın hedef kitlesi birbirlerini kişisel olarak tanımayan bir topluluktur (Soydan ve Alpaslan, 2014, s. 56). Bunun yanında medyanın temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Aydeniz, 2012, ss. 16-17):

- Bir iletişim aracı olarak haber, bilgi ve mesaj üretmek bunları dağıtır.
- Kamuoyunun haber ve bilgi alma hakkını sağlamakla görevlidir.
- Ticari bir yapılanmadır ve piyasanın kurallarına göre çalışır.
- Üretilen mesajlar satılır. Bunun yanında okuyucu, izleyici veya dinleyici ölçümleri ile elde edilen veriler gelire dönüştürülür.
- Yerine getirdiği kamusal hizmet nedeniyle mesleki etik ve kuralları dikkate alması beklenir.
- Çok işlevli ve çok boyutlu araçlara sahiptir.
- Sınırsız ve sürekli haber, bilgi, tanıtım, eğlence ve eğitim içerikli içerikler sunar.

Başka bir çalışmada ise Lazar (1999, s. 284) medyanın temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- Bilgi üretme ve dağıtma,
- Bireylerin birbirleriyle iletişim kurdukları kanallar oluşturma,
- Kamuya açık olma,
- Tüketicinin özgür olması,
- Kanun tarafından düzenlenmiş yönetmeliklere tabi olması,

Günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte günlük yaşamın vazgeçilmez bir unsuruna dönüşen medya yöneten, yeniden üreten, karar veren, kontrol eden,

şekillendiren, siyasal ve toplumsal olayları ele alan geniş bir sisteme dönüşmüş durumdadır. Bu nedenle hem siyasi hem ekonomik olarak toplumların medyadan uzak yaşamaları neredeyse olanaksızdır (Nuran, 2015, s.5). Medya yalnızca bir kitle iletişim aracı değil bunun yanında ekonomik olarak gelir sağlayan bir ticari faktör dur. Piyasanın kurallarına göre işleyen medya geniş halk kitlelerine ulaşarak kitlelere bilgi aktarma ve haber alma işlevini yerine getirmektedir. Aktardığı bilgiler sayesinde takipçi sayısı artan medya takip edilirliliğini reklamlar sayesinde gelire dönüştürmektedir. Bunun yanında eğitici, bilgilendirici, eğlendirici içerikler ile birey ve toplum ile birey ve kurum arasındaki ilişkilerin yürütülmesine aracılık ederek toplumsallaşmayı sağlamaktadır (Akıncı ve Bat, 2010, s. 3348). Medyanın bu özellikleri toplum üzerindeki etkisini açık şekilde ortaya koymaktadır. Çalışmanın sonraki başlığında medyanın toplum üzerindeki etkisi daha geniş bir perspektiften ele alınmaktadır

2.1.4. Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi

Toplumsal hayatın başlamasıyla ve insanların bu yaşam biçimine adapte olmasıyla birlikte haber alma ihtiyacı ortaya çıkmış ve insanların haber alma ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaya çıkan medya yapıları zaman içerisinde toplumsal hayat üzerindeki etkinliğini arttırmıştır. Çoğu zaman bu etki haber içeriklerinin toplumu yönlendirmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bunun yanında medya toplumu siyasal, kültürel ve idari açıdan da o etkilemiştir (Vardarlier ve Zafer, 2019, s. 358). Medya kültürel sürekliliğin sağlanması açısından önemli bir işlevi yerine getirerek toplumu etkilemektedir. Medya bir toplumun kültürel unsurlarının ne olduğunu ve bunların nasıl olması gerektiğini halka aktararak kültürel faaliyetlerin sürekliliğini sağlamaktadır (Scannell, 1992, s. 13).

Uslu (2007, ss. 224 – 226) ise medyanın toplum üzerindeki etkisine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşarak özellikle dijital medya sayesinde insanların her türlü bilgiye kolayca ulaşabildiğini ancak yetersiz gözetim mekanizmaları sayesinde bu durumun toplumsal yapıyı olumsuz şekilde etkilediğini belirtmektedir. Buna göre insanların daha özgür bir ortam olan internet üzerinden ulaşabildikleri içeriklerin sosyal sınırların aşılmasına ve toplumsal dezenformasyona yolaçtığını vurgulamaktadır. Benzer

şekilde Karaca (2017, ss.131-135) bireylerin dijital medya üzerinden bahis oyunları ve cinsin içerikli yayımlara ulaşmaları ve sosyal ilişkilerini internet üzerinden gerçekleştirmelerinin hem aile hem de toplum yapısını olumsuz etkilediğini ve bu alanda ciddi sorunların ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir.

Medya insanların duygu, inanç ve düşünce yapısını büyük oranda etkilemektedir. Medyanın bu gücü toplumu olumlu yönde etkileyebileceği gibi olumsuz yönde de etkileyebilmektedir. Bu etki toplumdan topluma veya aynı toplumda zamana bağlı olarak farklılık göstermektedir (Çoban, 2007, s. 139). Bu özelliğiyle medya kamuoyunun oluşmasında en etkili unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Medya ve özellikle yeni medya ortamları insanların kanaatlerini şekillendirme ve böylece kamuoyu oluşturma açısından önemli bir güce sahiptir (Giritli, 1988, ss. 39-40). Demokratik toplumlarda vazgeçilmez bir unsur olan medya halkı demokratik çıkarlar açısından bilgilendirmekte ve bu bilgilere göre yönlendirmektedir. Ancak medyanın bunu mesleki etik ilkelerine uygun şekilde ve tarafsız olarak yapması gerekmektedir. Medyanın haber içeriklerine yorum katması veya kendi düşüncelerini aktarmasını okuyucunun veya izleyicinin olaya bakış açısına müdahale anlamına gelmektedir (Balcı ve Gergin, 2008, s. 148).

2.2. Haber Kavramı ve Kapsamı

2.2.1. Haber Tanımı

İlk çağlardan bu yana insanoğlu etrafında yaşanan gelişmeleri anlamayı ve yaşadıklarını başkalarına anlatmayı, kendi düşünce ve fikirlerini etrafındaki insanlarla paylaşmayı istemiştir. İnsanoğlunun karşılıklı olarak bilgi paylaşma ve yeni bilgiler edinme isteği haberleşme olgusunu ortaya çıkarmış (İnuğur, 2002, s. 25). haberleşme olgusu ise haber kavramını ortaya çıkarmıştır. İletişim bilimi çalışmalarında haber kavramının ne ifade ettiği veya ne olması gerektiği konusundaki tartışmalar ise uzun süreden bu yana devam etmektedir. Bu tartışmalar literatürde haber kavramına yönelik farklı tanımların oluşmasını sağlamıştır. Fleming ve arkadaşları (2006, s. 4) haberin seçimi ve üretimi birçok faktörden etkilendiği için haber kavramına yönelik tek bir tanımlama yapmanın zor olduğunu belirtmektedirler.

Arapça bir sözcük olan haber bir olay ve olgu üzerine elde edilen bilgi anlamında kullanıldığı gibi iletişim ya da yayın organları aracılığıyla elde edilen bilgi şeklinde de açıklanmaktadır (Sholle, 1999, s. 368). Başka bir tanımlamaya göre ise insanların üzerinde konuştukları veya izleyicilerin ve dinleyicilerin öğrenmek istedikleri her şey haber olarak tanımlanmaktadır (Kaptan, 2008, s. 7). Haber bir olgu veya olay ile ilgili elde edilen, iletişim ve yayın organları aracılığıyla aktarılan bilgi, kamuoyunu ilgilendiren olayların özeti olarak açıklanmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005, s. 55).

Şimşek (2006, s. 285) ilginç ve güncel olayların gerçeğe olabildiğince uygun bir şekilde ve tarafsız olarak sunulmasını haber olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Tokgöz (2012, s. 209) haberin gerçekliğin bir yansıması olduğunu ve her ilgi çekici olay veya olgunun haber olduğunu vurgulamaktadır. Haber içerikleri toplumu bilgilendirir, eğlendirir, eğitir, sevindirir veya üzer. Bu nedenle haber gerçek yaşamla bağlantılı veya gerçeğin kendisidir. Haberin temel amacı yaşanan olay ve olguların kamuoyuna aktarılmasıdır (Güz, 2005, s. 60).

Haber, medya araçlarının en önemli çıktısıdır. Dolayısıyla medyanın bulunduğu her yerde haber de bulunmaktadır. Haber, bilginin beslendiği en temel kaynaklardan birisidir (Sucu, 2012, s. 36). Bu özelliği nedeniyle haber, genellikle bir fikir, sorun ve olaya dayalı olarak ele alınmaktadır. Bunlar haber içeriğinin hammaddesini oluşturur. Haberlerde olay, fikir veya sorunlar özetlenerek veya hikaye edilerek aktarılmaktadır (Tokgöz, 2012, s. 192). Haber, içerisinde barındırdığı bu özellikleri nedeniyle toplumlar açısından bilgilendirme başta olmak üzere farklı işlevleri yerine getirir. Medyanın kamuoyu ve gündem oluşturma rolü bağlamında ele alındığında haberin toplum açısından önemi daha açık şekilde görülmektedir (Ülkü, 2004, s. 371). Haber kavramına yönelik tanımlamalar günümüzde de devam etmektedir. Türk ve arkadaşları (2013, s. 742) haber kavramına yönelik yapılan tanımlamalarda araştırmacıların üzerinde durdukları noktaları şu şekilde özetlemektedir. Buna göre haber, insanların yaşamını olumlu ve olumsuz şekilde etkileyen, bütün toplumsal gelişmelerle ilgili bilgi veren, gazete, radyo ve televizyon gibi medya araçları aracılığıyla kamuoyuna aktarılan metinlerdir. Fikir, olay ve sorunlar haberin hammaddesini oluşturur ve bunlar özetlenerek veya hikâye edilerek sözlü ya da yazılı

şekilde medya araçlarıyla kamuoyuna aktarılır. Bunun için haber doğrudan toplumun bilgi edilmesini sağlayan ve yaşamın önemli bir parçasıdır.

2.2.2. Haberin Unsurları

Haberin vazgeçilmez unsurları bulunmaktadır. Bu unsurlar bir haberin ne kadar önemli olduğunu veya haber niteliği taşıyıp taşımayacağını, toplumun hangi kesimini ilgilendireceğini ortaya koyan unsurlardır. Haber içeriklerinde bulunması zorunlu olan bu unsurlar haberi haber yapan temel faktörlerdir. Bu unsurlar olmadan haber yapılması veya haberin kamuoyuna aktarılması doğru değildir (Saitoğlu, 2018, s. 9). Haber üreticileri olayları, olguları, durumları ve açıklamaları ele alırken bazı sorular sormaktadırlar. Habercilik mesleğinde 5N+1K olarak da nitelendirilen bu sorular aynı zamanda haberin unsurlarıdır. Bunlar ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim sorularıdır (Arsan, 2003, ss. 138-139). Haber içeriklerinde bulunması gereken bilgiler bu unsurlar ile anlaşılabilir. Çağlar ve Porghamrezaeieh (2012, s. 35) bu soruların habercilerin haber yaparken aklında bulundurması gereken zorunlu sorular olduğunu ve bir haberin içeriğinde bunların yanıtlarının bulunması gerektiğini belirtmektedir. Bu unsurla aşağıda ele alınmaktadır.

Ne: Olay nedir? Ve ne oldu? Gibi soruların yanıtını verir (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Bu sorular haberin temel unsurlarını ortaya koyan sorulardır. Çünkü yaşanan olayın ne olduğu ve haber içeriğinde ne olması gerektiğinin yanıtı bu soruyla ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda bu sorunun yanıtı hedef kitleye aktarılmak istenen temel olgudur (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Nerede: Olayın nerede yaşandığı sorusunun yanıtını verir (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Bu soru habere konu olay ya da olgunun yaşandığı yeri ortaya koyar ve haberi hedef kitle açısından daha önemli ve çekici hale getirir. Çünkü insanlar genellikle yaşadığı yere yakın olan bir bölgede yaşanan olaylara daha fazla ilgi gösterir (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Ne Zaman: Olayın ne zaman gerçekleştiği sorusunun yanıtını verir (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Bir haberin gerçekleştiği zaman, haber içeriğinin en temel unsurlarından birisidir. Çünkü hedef kitle bir haberin içeriğinde haberin ne

zaman yaşandığı ve habere konu olayın ya da olgunun ne zaman gerçekleştiği sorusunun yanıtını merak etmektedir (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Nasıl: Olayın nasıl gerçekleştiği sorusunun yanıtını verir (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Habere ilişkin detay unsurdur ve olay veya olgunun nasıl meydana geldiğinin yanıtını verir. Hedef kitle açısından habere konu olan olay ya da olgunun yaşandığı süreçler merak edilen bir unsurdur (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Neden: Olayın yaşanmasının nedenlerinin ne olduğu sorusuna yanıt verir (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Habere konu olay ya da olgunun neden yaşandığını ortaya koyan yanıtlar ve hedef kitlenin haber içeriğinde ilgisini çekecek unsurlardan birisidir (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Kim: Olayın kim tarafından gerçekleştirildiğini ortaya koyar (Çağlar ve Porghamrezaeieh, 2012, s. 36). Habere konu olay ya da olgunun kim tarafından gerçekleştirildiğini belirten ve hedef kitlenin bu konuda ilgisini çeken temel unsurlardan birisidir (Schneider ve Raue, 2000, s. 42).

Yukarıda ifade edilen sorulara yanıt vermeyen haber olması için gerekli olan temel unsurlar arasında gösterilen bu unsurlardan birisini veya birkaçını barındırmayan haberler hedef kitlenin zihninde kafa karışıklığına sebep olur. Bunun için bu unsurları barındırmayan haberler eksik haber olarak değerlendirilir ve bu tür haberlerin gerçeklik değeri düşüktür (Saitoğlu, 2018, s. 10).

2.2.3. Haberin Nitelikleri

Bir olay veya olgunun haber değeri taşıyabilmesi için bazı nitelikleri barındırması gerekmektedir. Aslan (2002, s. 61) bu nitelikleri haberin üzerine inşa edildiği temel unsurlar ve haberin anayasası olarak nitelendirmektedir. Bu doğrultuda bir olay veya olguyu habere dönüştüren bu nitelikler aşağıda ele alınmaktadır.

Doğruluk: Bir haberde bulunması gereken en temel niteliklerden biri doğruluktur. Bu nedenle okuyuculara aktarılan bilgilerin doğru bilgi olması

gerekmektedir. Haberler, okuyucular veya izleyiciler tarafından yaşanan gelişmelerden haberdar olmak ve bu gelişmeler üzerine fikir yürütmek için kullanılan bir araç olduğu için haberin güvenli ve doğru olması gerekmektedir (Kovach ve Rosenstiel, 2007, s. 41). Haberin doğruluğu haberde aktarılan bilgilerin doğru olmasıdır. Haberin doğruluğu haberin gerçeklikle örtüşmesidir. Haberi ilk kaynağından almak kadar haberi doğru almak da habercilik açısından önemlidir. Dolayısıyla bir haber içeriğinde yanlış ve yalan bilgi yer almamalıdır. Bu durum hem haberi yayınlayan kuruluş açısından hem de haberi yapan haberci açısından oldukça önemlidir (Aslan, 2002, s. 61).

Nesnellik: Tarafsızlık-nesnellik haberin en temel niteliği olarak sayılan başlıklardandır. Nitekim haberler, gerçekliğe sadık kalarak, haberciler tarafından haberin gerçekliğine zarar verebilecek bir yorum yapılmadan tarafsız bir şekilde aktarılmalıdır. Çünkü haber tüketicileri habercilerin haberle ilgili kişisel görüş ve yorumlarını değil haber niteliğindeki olay veya olgunun üzerine herhangi bir ekleme yapılmadan tarafsız bir şekilde kendilerine ulaştırılmasını beklemektedir. Bu nedenle habercilerin habere konu olay veya olgudan etkilenmiş olsalar dahi duygularını öne çıkarmadan önyargılarını bir kenara bırakarak haber yapmaları gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle habercilerin haberin içinde rol almamaları, haberin bir parçası haline gelmemeleri gerekmektedir (Aslan, 2003, s. 171).

Yenilik: Bir haberin piyasadaki değeri o haberin ne kadar yeni olduğuyla ilişkili olarak artmaktadır (Fichtelius, 2004, s. 31). Bir olay, olgu ya da düşüncenin haber niteliği taşıyabilmesi için onun yeni olması gerekmektedir. Bu doğrultuda daha önceden sunulmuş olan ve herkes tarafından bilinen ve tartışılan bir olay, olgu veya düşüncenin haber olması mümkün değildir (Güz, 2005, s. 61).

İlginçlik: İlginçlik haberin temel öğelerinden birisidir. Gün içinde birçok gelişme yaşanmaktadır. Ancak yaşanan bu gelişmelerin tamamı haber niteliğinde değildir. Bu gelişmelerin haber niteliği taşıyabilmesi için kamuoyu tarafından ilgi çekici bulunması gerekmektedir. Sıradan olan ve kamuoyunun dikkatini çekebilecek nitelikte olmayan gelişmeler kamuoyuyla paylaşılsa dahi kamuoyunun dikkatini çekeceği meçhuldür (Girgin, 2013, s. 14).

Anlaşılrlık: Bir olay, olgu veya düşünceye haber niteliği kazandıran ve onun değerini arttıran unsurlardan birisi de haberin açık ve net olması yani anlaşılabilir olmasıdır (Rigel,2000, s. 204). Habercilerin anlaşılmayan ve karmaşık haberlerden uzak durarak daha algılanabilir, anlaşılır ve hızlı okunabilen haberleri topluma sunmaları gerekmektedir. Bunun yanında haber sunulurken hedef kitlenin algılama düzeyi göz önüne alınmalı ve haber dili buna göre kurgulanmalıdır. Bunun için haber dilinin edebi ve bilimsel kavramlara çok fazla yer vermeyen, toplumun her kesiminin anlayabileceği sadelikte, anlaşılır olması gerekmektedir (Güz, 2005, s. 61).

Önemlilik: Bir olay ya da olguya haber niteliği kazandıran özelliklerden birisi de haberin önemlilik derecesidir. Haberin önemliliği haberin hitap ettiği toplumu siyasal, kültürel ve ekonomik olarak ne derece etkilediğidir. Buna göre haber o toplumu siyasal, kültürel ve ekonomik olarak ne kadar çok etkiliyorsa haber derece önemlidir (Girgin, 2013, s. 15).

2.2.4. Haber Kaynakları

Haberin toplanması ve doğruluğunun kesinleştirilmesinde haberin kaynağı oldukça önemlidir. Medya kuruluşlarının olay ve olgularla ilgili bilgi elde etmeleri ve elde edilen bilgiler doğrultusunda haber içeriği üretmeleri için haber kaynağına ihtiyaçları vardır (Norşenli, 2015, s. 27). İyi bir habercinin haber niteliği taşıyan enformasyonlara ne zaman ve nerede bulabileceğini, elde ettiği bilgileri nasıl değerlendireceğini bilmesi gerekmektedir (Tokgöz, 2012, s. 257).

Medya kuruluşları açısından haber kaynağı habere konu olan bilgilerin elde edildiği kişi veya kurumlardır. Muhabirler, abone oldukları haber ajansları, takip ettikleri diğer medya organları medya kuruluşlarının haber kaynaklarıdır (Akgül, 2018, s. 179). Tokgöz (2012, s. 190) bu kaynakları birinci el ve ikinci el kaynaklar olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Buna göre muhabirlerin doğrudan ulaştıkları ve yüzyüze görüşme gerçekleştirdikleri kaynaklar birincil kaynaklar iken, habere konu bilgilerin temin edildiği diğer kaynaklar ise ikincil kaynaklardır. Başka bir çalışmada ise Bülbül (2000, s.120) medya kuruluşlarının haber kaynaklarını yapısal açıdan özel

ve resmi haber ajansları, ulusal ve uluslararası haber kaynakları, farklı haber kaynakları, dergi ve gazete çıkışlı haber kaynakları olarak sıralamaktadır.

Medya kuruluşlarının haber kaynakları kaynağın bulunduğu yere göre merkez ve taşra olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Buna göre merkezdeki bir haberci açısından Cumhurbaşkanlığı, parlamento, bakanlık birimleri ve genel müdürlük birimleri merkez haber kaynağı iken bir ilde görev yapan haberciler açısından valilikler, belediye başkanlıkları, belediye meclisi ve farklı birim müdürlükleri taşra haber kaynağıdır (Tokgöz, 2012, s. 270). Bunun yanında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya da habercilerin haberciler açısından dikkat çeken önemli bir haber kaynağı olarak ön plana çıkmaktadır (Taşkiran ve Kırık, 2016, s. 213). Medya kuruluşları yayınladıkları haberin üzerine haberin kim tarafından temin edildiğini belirtmektedir. Örneğin bir medya kuruluşu kendi bünyesinde görev yapan muhabir tarafından oluşturulmuş bir haberi yayınlarken haberin üzerine haberi yapan muhabirin adı ve fotoğrafını koyar ve böylece bu haberin kendi kurumlarına ait bir haber olduğunu vurgular. Bu durum izleyici ve okuyucu açısından da önemlidir. Çünkü haberin medya kuruluşunun muhabirleri tarafından özel olarak hazırlanması haber okuyucusunun veya izleyicisinin bunu kendisine özel bir hizmet olarak algılamasını sağlamaktadır. Öte yandan haber medya kuruluşunun abone olduğu ve ücret ödediği bir haber ajansı tarafından alınmış ise söz konusu ajansın adı ve rumuzu haberin başlangıcında ya da sonunda belirtilir (Akgül, 2018, s. 179).

2.2.5. Haber İçeriği Türleri

Haber içerikleri konusunda yapılan bir sınıflandırma da haber içerikleri sert haberler ve yumuşak haberler olmak üzere iki kategoride ele alınmaktadır. Buna göre Siyasal gelişmeler, doğal afetler, ekonomik gelişmeler ve dış haberler genellikle sert haberler olarak nitelendirilirken sanat, kültür, spor ve magazin gibi insanları eğlendirici nitelikte haberler ise yumuşak haberler olarak değerlendirilmektedir. Sert içerikli haberlerin yumuşak içerikli haberlerden daha önemli ve birincil olduğunu söylemek mümkün değildir. Her iki türden haberin değeri de birbirine eşdeğerdir. Buradaki temel farklılık yumuşak içerikli haberlerin sert içerikli haberlere göre kitleler

tarafından daha hızlı ve kolay tüketilmesi ve daha fazla ilgi görmesidir (Porghamrezaeieh, 2018, s. 75). Sert içerikli haberler zamansal olarak daha önceden olmuş veya hali hazırda devam eden yangın, soygun, protesto, basın toplantısı, intihar ve mahkeme gibi haberlerdir. Bu tür haberler genellikle ne olduğu, niçin olduğu, izleyici ve okuyucu nasıl etkileyeceği gibi hususlar üzerine kurgulanır. Yumuşak içerikli haberler ise bilgilendirme ve eğlendirme amacıyla yapılır. Bu tür haberlerde haberin zaman önemi sert haberlere kıyasla daha azdır. Yumuşak içeriğe sahip haberler okuyucuların veya izleyicilerin yaşamını etkileyen yaşadıkları yer hakkında bilgi veren haberlerdir (Rich, 2015, ss. 18-19).

Haber içeriği konusunda Bülül (2000, s. 105) tarafından yapılan bir başka sınıflandırmada ise haber içerikleri genel haberler, basit haberler ve karmaşık haberler olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır. Buna göre genel haberler içerik olarak sürekli ortaya çıkabilecek haberlerdir. Sanatsal, kültürel ve bilimsel toplantılar, basın toplantıları, açılış töenlere, yarışmalar ve gösteriler gibi günlük hayatta sıklıkla karşılaşılan haberler bu kategoridedir. Hava durumu, sel, yangın, cenaze, hastalık ve ölüm gibi haberler basit haberler kategorisindedir. Basit haberler genellikle kolayca yazılabilen haberlerdir. Diğer taraftan iç politika ve dış politikayı ilgilendiren haberler, çalışma yaşamı ve endüstri ilişkilerini ilgilendiren haberler, bilim, eğitim, felsefe ve din ile ilgili uzmanlık ve titiz çalışma gerektiren detayların önem kazandığı haberler ise karmaşık haberlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİNDE TELEVİZYON

3.1. Televizyon

Kitle iletişim araçları içerisinde en sık tartışılan ve konumu sorgulanan araçlardan birisi olan televizyon sosyal, ekonomik hukuksal boyutuyla da oldukça önemli bir medya aracıdır. Bu öneminden dolayı 1950’li yıllardan sonra televizyon kitle iletişimi araştırmalarının temel objesi haline gelmiştir. Televizyon, bilimsel araştırmalarda araştırma ve düşünce çeşitliliğinin artmasına da ciddi katkı sağlamış ve böylece dikkatleri üzerine çekmiştir (Mutlu, 1991, s. 15). Televizyon terimi yaygın olarak kullanılmasına rağmen, ona verilen anlam genellikle belirsizdir. Etimolojik olarak bakıldığında televizyon Fransızca kökenli bir kavramdır. Kavram “uzak” anlamına gelen “Telos” ile “görüş ve görme” anlamına gelen “visio” terimlerinin birleşiminden oluşmuştur (Tekke, 2021, s. 8). Televizyon genellikle hareket halindeki görüntülerin üretilmesi, işlenmesi, depolanması ve iletilmesinin yanı sıra bunlarla ilişkili sesi ve görüntü ve sestten bağımsız olabilecek programlama ile ilgili resimli teletext, alfanümerik veya grafik bilgiler gibi diğer verileri veya ek bilgileri bir arada sunan teknolojik araçtır (Perez, 2006, s. 1). Başka bir tanımlamaya göre televizyon; kaydedilmiş ya da gerçek sahnelerin görüntüsünü elektronik haberleşme sistemleri aracılığıyla anında görüntüleme tekniği olarak açıklanmaktadır (Morgül ve Ataman, 1997, s. 2).

Geleneksel kitle iletişim araçlarından birisi olan televizyon, insanın görme yetisini farklı bir boyuta taşınmıştır. Fakat televizyon denildiğinde yalnızca uzağı görme olarak algılanmamalıdır. Böyle bir yaklaşım televizyonun tanımlanması açısından eksik bir tanımlamadır. Televizyon insanın mekan ve zaman kısıtlamasını daraltmış ve günlük yaşam deneyimlerini geliştirmiştir (Mutlu, 1991, s. 15). Televizyon sabit veya hareketli nesnelerin geçici görüntülerini sesle birlikte bir tel üzerinden veya boşlukta ışık ve sesi elektrik dalgalarına dönüştüren ve bunları tekrar görünür ışık ışınlarına ve işitilebilir sese dönüştüren bir aygıtla ileten elektronik sistemdir (www.merriam-webster.com). Mühendislik açısından bakıldığında, televizyonun, bilim ve teknolojinin geliştirilmesi ve uygulanmasının en eksiksiz ve

çekici alanlarından birini oluşturduğu, sadece elektronik ve iletişim açısından değil, belki de en belirgin ve en çok kullanılan yönlerden biri olduğu söylenebilir. Kısacası, televizyon, diğer alanlarda bulunması zor olan muazzam miktarda bilgi ve teknik aktiviteyi bütünleştirmektedir (Perez, 2006, s. 2). Dolayısıyla televizyon hibrit bir araçtır ve radyo, gazete, tiyatro ve sinema gibi farklı iletişim araçlarının kombinasyonunu oluşturarak bu araçların yaptığı her şeyi yapabilmektedir (Creeber ve Martin, 2011, s.593). Televizyon; bilgi, haber, siyaset, eğlence, din, eğitim, spor, kültür, sanat, müzik ve hava durumu gibi farklı alanları içerisinde barındıran bir teknolojik cihaz ve ev eşyası olmasının ötesinde kültürel, ekonomik, politik ve sosyal bir güçtür. Mobil telefon, bilgisayar ve internet gibi iletişim sistemleri her ne kadar televizyona meydan okusa da televizyonun nüfuz alanı bu teknolojilerle birlikte daha da genişlemiştir (Wasko, 2005, s. 2).

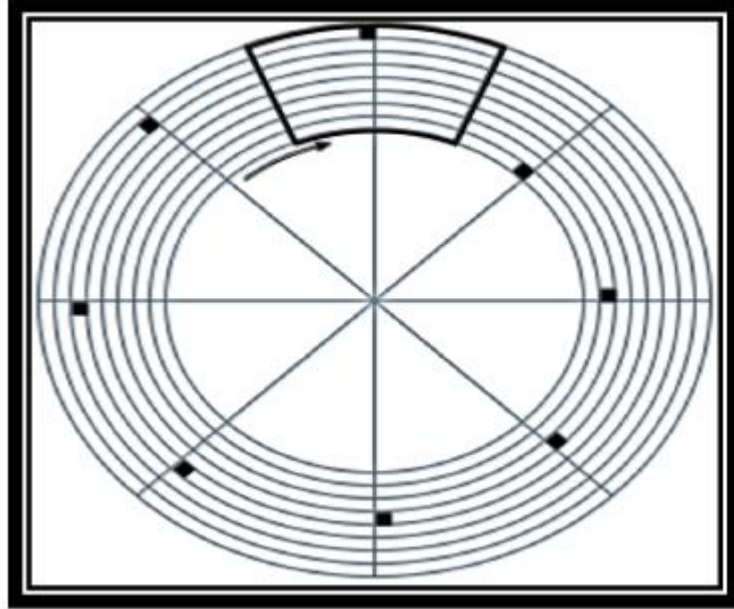
Toplumun geniş bir kesimine hitap edebilen televizyon bu yayınları gerçekleştirirken bilgilendirme, haber verme, eğitime, denetleme ve eleştiri, kamuoyu oluşturma, eğlendirmeye ve açıklama gibi işlevleri yerine getirmektedir. Bu durum televizyonun toplumsal hayatta kamusal sorumluluklar bakımından daha etkin bir şekilde ele alınmasına neden olmuştur (Teymurova, 2003, ss. 5-6). Bu durumda öncelikle televizyonun tarihsel gelişim sürecinin incelenmesinde fayda vardır.

3.1.1. Televizyonun Tarihsel Gelişimi

Televizyoda önceleri eğlence, spor ve haber programlarının yayımlanması amaçlanmıştır. Bu yayınlar başlangıçta kablo (Analog) ve sonra uydu aracılığıyla yayılmıştır. Analog televizyon sistemleri için kullanılan standartlar çoğunlukla elli yıldan fazla bir süre önce üretilmiş ve bu güne kadar sürekli teknik gelişmeye yol açmıştır. Bu analog sistemler, elli yılı aşkın bir sürede büyük bir olgunluğa erişmiş ve çok çeşitli alanlarda uygulama bulmuştur. Başlangıçta temel amacı eğlence olan televizyon böylece, sayısız bilimsel, tıbbi, endüstriyel ve evsel faaliyetlerde vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir (Perez, 2006, s. 2). Televizyonun icat edilmesinde farklı disiplinlerden bilim insanlarının ciddi katkısı olmuştur. İlk örnekleri 1870’li yıllara kadar uzanan televizyon o yıllardan bu yana farklı zaman aralığında ve farklı yerlerde çeşitli şekillerde karşımıza çıkmıştır. Ancak ışığın elektriksel ve

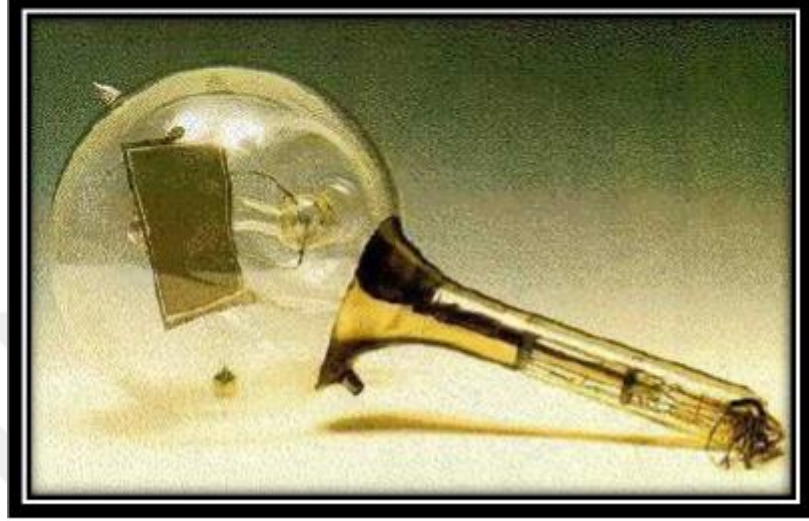
kimyasal etkisinin keşfedilmesi televizyonun serüveninin başlangıcıdır (Tekke, 2021, s. 9).

Televizyonun icadına hem yayın hem görüntü ve sesin aktarılmasında hem de bunları alacak cihazların icat edilmesine katkı sunan kişi sayısı radyoyu icat eden kişi sayısından daha fazladır. Fakat genel olarak televizyonun icadına en ciddi katkıyı sunanlar; Zworykin, Farnsworth, Baird, Jenkins ve Nipkow'dur (Aziz, 1989, s. 12). Televizyonun icadı ile ilgili ilk teknik cihaz 1873 yılında telgrafçılık yapan İrlandalı Andrew May tarafından geliştirilmiştir. May, araştırmalarının sonucunda ışık dalgalarını elektrik akımına çevirmeyi başarmış ve selenyumun elektriğe dirençli bir madde olduğunu ve bu direncin güneş ışığında azaldığını görmüştür. Bu buluştan on yıl sonra başka bir bilim insanı Alman Paul Nipkow, döner haldeki bir resmi tarayabilen araç geliştirmiştir (Ak, 2013, s. 5). Bu araç sayesinde döner haldeki bir resimde taranan görüntü gölge ve ışık olarak başka bir yere yansıtılabilmektedir. Bu buluş görüntünün başka bir yere aktarılmasını sağlayan en önemli buluş olarak tarihe geçmiştir 1899 yılında bu buluşa benzer başka bir buluş Lazarre Weiller tarafından geliştirilmiştir. Döner disk (Şekil 4) adı verilen bu buluş görüntüyü başka bir yere aktarılmayı sağlamaktadır (Aziz, 1989, s. 12).



Şekil 4: Döner Disk

1919'da Rus bilim insanı Vladimir Zworykin ABD'de bulunan bir firma ile işbirliği yapmış ve elektronik tarama yapabilen kamera tüpünü geliştirmiştir. İkonoskop (Şekil 5) adı verilen söz konusu tüp sayesinde 1924'te görüntü yayını yapılmaya başlanmıştır (Durmaz, 1999, s. 1).



Şekil 5: İkonoskop

1930 yılına gelindiğinde elektronik tarama alandaki gelişmeler Philo Farnsworth'un denemeleriyle daha da artmıştır. Philo Farnsworth, çalışmalarında alıcı ve verici arasındaki senkronizasyona odaklanmıştır. Bu senkronizasyon ile vericiden aktarılan görüntülerin elektromanyetik dalgalar ile alıcı da daha net şekilde izlenebileceğini düşünen Farnsworth, 1931'de bu teknik ile çalışabilen alıcı yapımına başlamıştır (Aziz, 1989, s. 14). İsveç asıllı Amerikalı elektrik mühendisi olan Ernst Alexanderson, evlerde kullanılabilecek ilk televizyon alıcısını tanıtmıştır. Daha sonra 1936 yılında İngiltere'de 1939 yılında ise ABD'de ilk televizyon yayıncılığı başlamıştır. 1949 yılında NBC tarafından renkli televizyon yayıncılığı başlamıştır. Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte 1962'de Telestar 1 uydusu yörüngeye fırlatılmıştır. 1965 yılında ise kıtalar arası yayın yapılabilmesi için ticari uydu niteliğinde olan Early Bird, sabit yörüngeye fırlatılmıştır (Eldeniz 2003, s. 5).

Türkiye'de ise televizyonun tanınma ve anlamlandırmasına yönelik çabalar teknik bir keşif olarak televizyonun ilk olarak ortaya çıktığı 1920'li yıllara dayanmaktadır (İlaslan 2019, s. 18). Fakat Türkiye'de televizyon istasyonlarının

kurulması gerektiğine yönelik düşünceler 1950'lerden sonra dile getirilmeye başlanmıştır. Bu düşünceler doğrultusunda İstanbul teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi bölümü tarafından gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda 1952'de ilk deneme yayınları başlamıştır (Kırık, 2010, ss. 25-26). Bu gelişmeler ile birlikte televizyon, görme ve işitme duyularını fiziksel mesafe sınırlarının ötesine genişleterek toplum üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. 20. yüzyılın başlarında eğitim ve kişiler arası iletişim için olası bir ortam olarak düşünülen televizyon bu yüzyılın ortalarında, tüm dünyadaki insanlara haber ve eğlence getirmek için radyo yayını modelini kullanan canlı bir yayın ortamı haline gelmiştir.

3.1.2. Televizyon Özellikleri

İşitsel ve görsel bir kitle iletişim aracı olan televizyon hem göze hem kulağa hitap etmektedir. Bu niteliğiyle yaygın bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun kendisine has özellikleri bulunmaktadır. Televizyonun kendisine has bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Ergüney, 2013, ss. 47-52):

- Devlet ile halk arasında bağkuran resmi bir niteliği vardır.
- Hem kulağa hem de göze hitap ettiği için daha inandırıcı bir kitle iletişim aracıdır.
- İnandırıcılığının yanında farklı yanıtlar söz konusu olabilmektedir.
- İzlenmesi için fazladan bir çaba gerekmemektedir. İzlemek isteyenlerin cihazın düğmesine basması yeterlidir.
- Özellikle canlı yayın esnasında konuşmacının ağzından çıkan sözcükler ve yaptığı hareketler anında izleyiciye ulaştığı için geri dönme şansı bulunmamaktadır.
- Ses ve görüntü aynı anda verildiği için ses olmaksızın yalnızca görüntü aracılığıyla da olayları anlatmak mümkündür.

Televizyon sosyal ve ekonomik düzeyi nasıl olursa olsun dünyadaki tüm insan topluluklarını bir araya getirebilen ortak bir platformdur. Modern toplumda televizyon insanların serbest zaman etkinliğini neredeyse tamamıyla tekeline almış ve serbest

zaman etkinlikleri üzerine damgasını vurmuş durumdadır. Bu yönüyle televizyon (<https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr>);

- İzleyicilere dış dünyayla ve diğer izleyicilerle bağlantı hissi vererek insanın yalnızlığını giderir.
- Olayların gerçekliğini açıklar ve doğrular.
- Bireyin gerçeklikle ilgili temel algılamasını ve bu nedenle de çevresi ile ve dünya ile olan ilişkilerini değiştirmiştir.
- Küresel bir iletişim aracı olarak dünyaya yönlendirmektedir.
- Dünyanın farklı yerlerinde bulunan kişilerin belki de hiçbir zaman görme fırsatı bulamayacakları doğal, kültürel, turistik ve tarihi yerleri ve varlıkları insanların evinin içine kadar getirmekte ve insanların dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan olaylardan anında haberdar olmasını sağlamaktadır.

3.1.3. Televizyon Yayıncılığı

Televizyon yayıncılığı günümüzde artık; Analog radyo dalgaları (karasal yayını) Dünya yörüngesinde tutulan uydulardan yansıyan (dijital yayın) ve koaksiyel kablolar boyunca (kablolu yayın) gibi farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. Aşağıda bu yayıncılık türleri ana hatları ile ele alınmaktadır.

Analog (Karasal) Yayın: Bu yayıncılık teknolojisi geleneksel yayıncılığın temelini oluşturur. İlk Mors kodlamasının kullanılması ve elektromanyetik dalgaların bulması ile birlikte uzak mesafelerde bulunan yerlere kablosuz yayınlar yapılmıştır (Paçacı, 2006, s.11). Karasal yayınlar belli yerlere kurulan az sayıdaki güçlü vericiler ile ya da yönlendirilmiş antenler ile gerçekleştirilen yayıncılıktır. Bu yayıncılıkta yayınlar elektromanyetik dalgalar halinde kullanıcıların alıcı antenlerine ulaşır. Yayın alma işlemi genellikle kullanıcıların en dışına yerleştirdikleri antenler veya ev içinde televizyon üzerindeki küçük antenler yardımıyla gerçekleştirilir (Kuzu, 2011, s.2). Karasal yayıncılık yöntemi ile gerçekleştirilen yayınlarda tüm görüntü ve ses bilgisi voltaj seviyesi aracılığıyla taşınır. Ayrıca sinyal seviyesi sürekli değişken

durumundadır ve devamlı dalgalar halinde iletilir. Bunun için yayın anında yaşanabilecek voltaj düşüklüğü görüntünün ve sinyalin bozulmasına veya yayından kopmaya neden olabilir (Sarpel, 1996, s.5).

Sayısal (Dijital) Yayın: 20. yüzyıl sonlarında iletişim, haberleşme ve televizyon yayıncılığı alanında yaşanan gelişmelere damgasını vuran en önemli olay dijitalleşmedir. Dijitalleşme her sembol veya harfin “0” veya “1” değerinden oluşan bir kodlama ile kodlanmasını ve bütün işlemlerin bu kodlama sayesinde gerçekleştirilmesini sağlamıştır (İspir, 2013, s.5). Dijitalleşmeyle birlikte her tür enformasyon “0” ve “1” gibi dizinlerden oluşan ortak bilgisayar diline çevirmeye başlanmıştır. Dijitalleşme sonrasında görüntü, ses ve metin gibi farklı türdeki enformasyonları birbirine entegre edilebilir hale gelmiştir (Aktaş, 2014, s. 60). Dijitalleşmenin analog sistemlere kıyasla sahip olduğu üstünlükler sayesinde sayısal teknolojilere yönelik ilginin artmasını sağlamıştır. Bunun yanında bu teknolojilerin kullanım alanını genişletmiştir. Televizyon yayıncılığı da bu gelişmelerin etkisi altında dönüşüme uğramıştır. Sayısal iletişim teknolojileri televizyon yayıncılığında analog yayıncılığa kıyasla görüntü ve ses kalitesi açısından daha üstün özelliklere sahiptir. Ayrıca sayısal iletişim teknolojileri farklı enformasyonları eşzamanlı şekilde daha ekonomik koşullarla iletme imkanı sağlamaktadır (Paçacı, 2006, s.13). 1994 yılında ilk olarak başlayan sayısal televizyon yayıncılığı daha sonra hızlı bir şekilde artmıştır. 2000 yılından itibaren uydu üzerinden gerçekleştirilen yayınlar tamamen sayısal hale gelmiş daha sonra kablolu televizyona geçilmiştir (Morgül, 2011, s.20).

Kablo Yayıncılığı: Kablo dağıtım merkezine inen sinyallerin video standardıyla sıkıştırılarak kablo şebekesi altyapısı üzerinden arttırılarak kullanıcılara sunulduğu sistemdir (Paçacı vd., 2011, s.13). Kablolu televizyon yayıncılığı teknolojisi internet, televizyon ve radyo hizmeti sunan veri taşıyıcısını ait bir alt yapıdır (Özdemir, 2008, ss.2-3). Bu yayıncılık türünde yüksek yere yerleştirilen ortak antenden alınan birçok analog ve sayısal yayın yapan televizyon kanalı yayınları stüdyo kalitesinde toplanır. Daha sonrasında burada yükseltılarak modüle edilir ve fiber optik ve koaksiyel kablolar üzerinden abonelere iletilir (Kuzu, 2011, ss.2-3).

3.1.4. Türk Medyasına Bakış

Türkiye'de medya sektörü, farklı bakış açılarını ifade eden yerli ve yabancı süreli yayımların olduğu rekabet gücü yüksek yerel gazetelerden oluşan bir sektördür. Medya mülkiyeti ise daha çok varlıklı kişilerin kontrol ettiği holdinglerin bir parçası olarak birkaç büyük özel medya grubu elinde toplanmış ve bu durum topluma sunulan görüşlerin sınırlı kalmasını sağlamıştır. Bunun yanında holdingler siyasal iktidar ile dostluk ilişkileri kurmanın yanında iktisadi menfaatlerini desteklebilmek amacıyla nüfuzlarını kullanmışlardır. Cumhuriyet tarihi boyunca sektörü kontrol eden medya işletmelerinin sınırlı sayıdaki sermayedarın elinde bulunması Türk medyasının Oligopolleşmesinin kronik yapısını ortaya koymaktadır (Büyükbaykal ve Yılmaz, 2021, s. 543).

1940'lı yıllardan bu yana Türkiye'de medyada aile adıyla anılan ve ailenin mülkiyetine dayalı güçlü birkaç işletmenin egemen olduğu piyasa yapısı hakimdir. Henüz televizyon yayıncılığının başlamadığı dönemlerde Nadi ailesine ait Cumhuriyet gazetesi, Simavi ailesine ait Hürriyet gazetesi ve Karacan ailesine ait Milliyet gazetesi medyanın mülkiyet yoğunlaşmasının birkaç ailenin elinde olduğunu ortaya koymaktadır (Baytar, 2013, s. 164). Aile mülkiyetine dayalı bu durum medya sektöründe gerçekleşen köklü değişikliklerin sonrasında yerini büyük sermayedarlara bırakmıştır (Büyükbaykal ve Yılmaz, 2021, s. 543).

Medyanın Türk kamuoyu üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Türkiye'de televizyon, radyo ve gazeteler kiteselleşmeden önce yaygınlaşmış ancak gazete tirajları da hep düşük kalmıştır. Son dönemlerde televizyon kanallarında yaşanan reyting rekabeti genellikle televizyon dizisi ve realite şovlar üzerinden gerçekleştirilmektedir (Bek, 2010, s. 109). Diğer taraftan Türkiye'de gazetecilerin bazıları aynı zamanda siyasetçi olarak parlamentoda görev yapmaktadır. Nitekim Atatürk'ün ölümüne kadar ki dönemlerde parlamentoda görev yapmış gazeteci, köşe yazarı ve medya sahibi sayısı yaklaşık 40 tır (Güvenir, 1991, s. 69-70). Ordunun ve devletin merkeziliği Türk medyasının özgül yapısını ortaya koyan bir başka parametredir. 1945'li yıllara kadar tek parti döneminde medya kemalist ideolojiye katkı sunmayı görev olarak üstlenmiş, Batı değerlerini ve batı yaşam biçimini

toplumda dolaşıma sokarak modern cumhuriyetin kurulmasını ve topluma egemen olmasını sağlamaya çalışmıştır (Bek, 2010, s. 109).

3.2. TRT Kanalı

TRT, 1 Mayıs 1964 Türk devleti adına televizyon ve radyo yayını yapmak amacıyla yılında özel bir yasayla özel tüzel kişiliğine sahip olarak kurulmuştur. 1972 yılında yapılan anayasa değişikliği ile birlikte TRT tarafsız kamu iktisadi kuruluşu niteliğine kavuşturulmuştur (www.trt.net.tr). TRT teknik donanımı başlangıçta Almanya'dan ithal etmiş olsa da yayın politikası ve yayın planlaması açısından İngiltere'yi örnek almıştır (Aziz,1999, s. 23). TRT'nin günümüzde kamu tüzel kişiliği, yayınlarının tarafsızlığı ve özerkliği esastır. TRT hem yurt içinde hem de yurt dışında gerçekleştirdiği televizyon ve radyo yayınlarıyla geniş bir alan üzerinden yayın gerçekleştirmektedir. Bugün TRT 14 televizyon, 14 radyo ve 41 dilde hazırlanan web sitesi ve beş basılı dergisi ile dünyaya ve Türkiye'ye yayın yapmaktadır (www.trt.net.tr).

3.2.1. TRT'nin Tarihçesi ve Gelişmesi

1 Mayıs 1964 tarihinde TRT, özel bir yasayla Türk devleti adına televizyon ve radyo yayını yapmak amacıyla kurulan TRT kuruluşunda radyo yayıncılığına odaklanmıştır. TRT'nin kurulmasından önce Türk Telsiz Telefon AŞ'ye bağlı olarak 6 Mayıs 1927 tarihinde yayına hayatına başlayan İstanbul radyosu ile daha sonra 1928'de ilk yayını yapan Ankara radyosu daha sonra 1964'te TRT çatısı altında toplanmıştır. TRT bünyesinde yayın hayatına devam eden radyoların vericileri güçlendirilmiş ve böylelikle daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmıştır. 1974'te ise TRT'nin hem merkez hem bölge radyolar birleştirilmiş ve böylece TRT 1, TRT 2 ve TRT 3 radyoları yayın hayatına başlamıştır (www.trt.net.tr).

Türkiye'deki ilk televizyon yayını 9 Temmuz 1952'de İTÜ'de gerçekleştirilen eğitim amaçlı stüdyo yayınıdır (Aziz, 1999, s. 17). TRT teknik altyapısını İTÜ'nün oluşturduğu televizyon yayıncılığına 31 Ocak 1968 tarihinde Ankara mithatpaşa stüdyosunda gerçekleştirilen deneme yayınıyla başlamıştır. Haftanın üç günü üç saatte gerçekleştirilen bu deneme yayınları bir yılın sonunda haftanın dört gününe

çıkarılmış, 1970 yılında İzmir televizyonu, 1971 yılında ise İstanbul televizyonu yayın hayatına başlamıştır. 1969 yılında Zeki Müren'in Ankara'da vermiş olduğu konser televizyon ekranlarından yayınlanmıştır. 1973 yılında ikinci cumhurbaşkanı İnönü'nün cenaze töreni canlı olarak yayınlanmıştır (www.trt.net.tr). TRT'nin televizyon yayıncılığına geç başlamasının nedenlerinden birisi kuruluş yılında daha çok kurumsal yapılanmaya, radyo yayınlarına ve çalışan eğitimine ağırlık verilmesidir (Yazıcı, 1999, s. 38). TRT 1967 yılında televizyon yayınlarına başlayabilmek için Almanya ile bir anlaşma imzalamış ve bu anlaşmada televizyon tekniği ile ilgili çalışmaların başlatılmasını sağlamıştır. Söz konusu anlaşma doğrultusunda Ankara'da bir televizyon eğitim merkezi oluşturulmuş ve TRT çalışanları bu merkezde eğitim almıştır. Bu eğitimlerin sonunda tecrübe kazanan çalışanlarla beraber yukarıda da ifade edildiği gibi 31 Ocak 1968'de ilk deneme yayını başlamıştır (Yazıcı, 1999, s. 45).

1974'te TRT yayınlarını haftanın her günü gerçekleştirmeye başlamış ve bu yayınlar nüfusun %55'ine ulaşmıştır. Siyah-beyaz olarak gerçekleştirilen bu yayınlar stüdyonun teknik koşullarından dolayı yaklaşık 15 sene aynı şekilde sürmüştür (Aziz, 1999, s. 30). 1986'da TRTnin ikinci kanalı olan TRT 2 yayın hayatına başlamış 1989'da Gap TV ve TRT 3 hizmete girmiştir. Böylece TRT'deki toplam kanal sayısı dörde yükselmiştir. 1990 yılında daha çok eğitim ağırlıklı yayın yapan TRT 4 ile Avrupa'da yaşamını sürdüren Türk işçilere yönelik yayın yapan TRT INT yayın hayatına başlamış 1993'te Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik programların yapıldığı TRT Avrasya, 1995 yılında ise TBMM TV yayın hayatına başlamıştır. Bugün TRT 14 televizyon ve 14 radyo ile dünyaya yayın yapmaktadır (www.trt.net.tr).

3.2.2. TRT'de Haberler

Bir kamu kurumu olması ve yöneticilerinin siyasal otorite tarafından görevlendirilmesi nedeniyle TRT sürekli kamuoyunda siyasal tarafsızlığı tartışılan bir kurum olmuştur. Öyle ki ideolojik anlamda siyasi iktidara yakın yöneticiler tarafından idare edilmesi nedeniyle TRT çalışanları devlet memuru olarak görülmüştür (Cankaya,1997, s. 58). Türk siyaset tarihindeki karmaşık ve çetrefilli süreç, siyasi arenada TRT ile ilişkilere de yansımıştır. Siyasal iktidar, zaman zaman kurumu sosyal

alandaki radyo ve televizyonun gücünden yararlanma konusunda etkilemiştir. Özellikle televizyonun bireysel ve toplumsal yaşamı düzenlemeye başlayıp ilgi odağı haline gelmesiyle birlikte siyaset alanının TRT'ye olan ilgisi artmış ve buna bağlı olarak baskılar da artmıştır (Aksüt, 2011, ss.62-63). Bu durum TRT'nin yayıncılık anlayışı üzerinde de etkili olmaktadır. TRT günümüzde haber, spor, müzik, kültür, sanat, belgesel ve ekonomi gibi farklı alanlarda içerikler üreten yayınlar yapmaktadır. Özellikle haber yayıncılığı TRT açısından kurulduğu günden bu yana en dikkat çeken yayınlar arasında yer almaktadır. TRT özerk yapısına rağmen habercilik anlayışı açısından “resmi habercilik” ve “protokol haberciliği” gibi nitelermelere maruz kalmıştır (Yağızoğlu, 2016, s. 22).

TRT haber yayıncılığı açısından toplumu Türkiye’de ve dünyada yaşanan siyasal, sosyal, iktisadi, sportif ve kültürel olaylardan tarafsız, sürekli ve doğru bir şekilde haberdar etmeyi ve kamuoyunu aydınlatmayı amaçlayan yayınlar hazırlamaktadır (Cankaya,1997, s. 59). TRT tarafsız bir kurum olarak meşru siyasal partiler, kurum ve kuruluşların ülke sorunları ile ilgili görüşlerini ifade eden demeç, bildiri ve girişimlerini öz ve süre bakımından hakkaniyet ölçüsü ile kamuoyuna sunmalıdır. Ancak TRT tarafından hazırlanan haber yayınlarında en çok eleştiri alan durum ise TRT'nin tarafsız ve hakkaniyet oluşturacak esasları belirleyemediği yönündedir. TRT'nin tarafsızlığı siyasal partilere eşit süre ayırmak ve herhangi bir siyasal partinin siyasal görüşüne karşı demeçlere de yer vermesi şeklinde yorumlanmaktadır. Aksi halde bir süreden sonra TRT haberlerinin bir siyasal partinin siyasal demeçlerine dönüşeceği belirtilmektedir. Bunun dışında haber bültenlerinin yalnızca parlamentoda bulunan siyasal partilere ayrılması parlamento dışındaki partilerin haber değerinin dışında tutulması anlamına geleceği ve bu durumun TRT'nin tarafsızlığını olumsuz etkileyeceği belirtilemektedir (Aksüt, 2011, ss. 59-60). TRT haberlerinin ana teması siyasettir. Fakat buna dayanarak TRT'nin özel kanallardan daha iyi şekilde kamusal hizmet ifa ettiğini söylemek mümkün değildir. TRT haberlerin içeriği ve siyaseti ele alınma yöntemi incelendiğinde TRT’de hala protokol haberciliğinin devam ettiği görülmektedir. Daha çok Cumhurbaşkanı ve Bakanların açıklamalarına yer verilen TRT haberlerinde farklı yorum, bağlan, eleştiri ve tartışma sınırlı düzeyde yer almaktadır (Özbek, 2004, s. 23). Bu durum TRT'nin haber

söylemlerinde de ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın sonraki başlığında TRT haber söylemi ayrıntılı şekilde ele alınmaktadır.

3.2.3. TRT’de Haber Söylemi

TRT haber bültenleri genellikle tören, ziyaret ve toplantı gibi konuların ağırlık olarak yer aldığı, toplumun Türkiye’de ve dünyada neler olduğuna yönelik birçok haberi ve gelişmeyi öğrenemediği haber içerikleri ile oluşmaktadır (Aksüt, 2011, s. 61). Haber içeriklerinde kullanılan söylemde ise genellikle resmi bir söylemin takip edildiği ve devletin kendi sözlerinin açık olarak yansıtıldığı görülmektedir (Karaduman ve Batu, 2011, s. 362). Söylem, dil içerisine şifrelenmiş ideolojiyi kurumsal ve toplumsal olarak ortaya çıkarmaktadır. Egemenlik ilişkilerinin temsil edildiği ve kurulduğu birincil araç olan söylem, egemenlik ve ideoloji ilişkisini bağlantılandırmaktadır (Mumby, 2004, s. 137). Bu yönüyle içerik açısından haber metinleri de bir söylemdir. Haber söylemie haberin kaynağı, üretildiği kurum ve toplumun ekonomi politiği, haber üreticileri ve editoryal süreçten etkilenmektedir. Haber ve haberle ilişkili olarak söylemi ise bu üretim sürecinin sonunda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla haber söylemi yönetilirken haber üretim sürecinde etkili olan aktörlerin de birer parçası oldukları egemen ideoloji söylemi üretilmektedir. Devletin resmi kanalı olan TRT de haber içeriklerinde daha çok devlet yetkililerinin yaptığı açıklamalara yer vermektedir. Bu nedenle TRT haber dilinde genellikle resmi format hakimdir. Üretilen haberlerin formatı farklı söylem düzeneklerinin ve ifadelerin kullanılmasına olanak vermemektedir. Ayrıca haber içeriklerinde yer verilen metinler esnek ifadelere ve yoruma kapalıdır. Haber içerikleinde yer alan devlet söylemi, haber metinlerinde belirli kısıtlama ve yasaklarla üretilen kelimelerin, ifadelerin, temaların ve ifade şemalarının içine yerleştirilmiştir (Karaduman ve Batu, 2011, s. 362).

TRT hem kanunda hem de anayasada kamu tüzel kişiliği olarak belirlenmiştir. Bir kamu tüzel kişiliği olarak TRT tüm faaliyet ve işlemlerinde yasalar önünde eşitlik ilkesine uygun şekilde hareket etmek zorundadır. Fakat anayasa bunun yanında TRT’ye yayınlarını tarafsız bir şekilde yapma sorumluluğu da getirmiştir. TRT yayınlarının tarafsızlığı yayınların siyasal iktidarın vesayeti altında olmadan, herhangi bir kurum ve kuruluşdan emir almadan, siyasal, toplumsal, finansal ve etik hiçbir kurum ve kuruluşun yanında yer almadan yalnızca hukukun temel ilkeleri ve mesleki kurallara uygun şekilde yayıncılık yapması anlamına gelmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GEREÇ VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Modeli

TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmeleri ele alma şekli, haber kurgusunda odağa yerleştirdiği unsurların tespiti, haber içeriklerinde hangi bilgi kaynaklarının kullanıldığının ve haberin nasıl çerçvelendiğinin belirlenmesini amaçlaya bu çalışma mevcut bir durumun ortaya konulmasına yönelik olması nedeniyle tarama modeli kapsamındadır. Mevcut bir durumu tespit etmek için birçok ögeyi içeren bir evrende ortak tarama modelleri kullanılmaktadır (Karasar, 2018, s.77).

4.1.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın analiz evreni 2021-2022 yılları arasında www.trthaber.com web sitesinde Irak'ı konu alan tüm haberlerdir. Örneklemen belirlenmesinde ise ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme önceden belirlenmiş bir dizi kritere karşılık gelen tüm durumların bir çalışmasıdır. Bu kriterler araştırmacı tarafından oluşturulur veya önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi kullanılabilir (Marshall ve Rossman, s. 2014). Bu çalışmada ölçüt olarak ww.trthaber.com web sitesinde Irak'ı konu alan ancak Türkiye'yi ilgilendiren güvenlik, politika, sağlık, enerji, eğitim, kültür-sanat ve ekonomi konulu haberler belirlenmiştir. Bu doğrultuda 2021-2022 yılları arasında www.trthaber.com web sitesinde Irak'ı konu alan 112 haber araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

4.1.2. Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler araştırmacı tarafından ilgili literatüre ve alan uzmanlarının görüşlerine dayalı olarak geliştirilen kodlama cetveli ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilmeden önce belirli kategorilere ayrılmaktadır. Bu işleme kodlama adı verilmektedir. Kodlamanın amacı sonuç bulmak değildir. Hedef kitlelere saplanmış söylemin hantal yapısını bir araya getirebilecek parçalar arasında olmaktadır. Kodlama, analitik toplamadan ziyade pragmatik olarak maksimum dahil etmeyi

vurgular. Bu aşamada örneklem gövdesi üretilir Bu sürecin sonunda analize geçiş için hazırlıklar yapılır (Oğuz, 2008, s. 56). Kodlama vetveli biçimsel özellikler ve içeriksel özellikler olmak üzere 2 kategori ve 18 alt kategoriden oluşmaktadır. Örneklem dahil edilen haberler kodlama cetvelinde denk gelen ilgili yere eklenmiş ve veriler Excel dosyası olarak veri tabanına aktarılmıştır.

4.1.3. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler çözümlenmesi için içerik analizi temel analiz yöntemi olarak benimsenmiştir. İçerik analizi, metinlerden veya diğer anlamlı içeriklerden sonuçlar çıkarılmasına ve bunların kullanıldıkları bağlamda değerlendirilmesine olanak tanıyan bir yöntem olarak tanımlanır (Krippendorff, 2009, s. 18). İçerik analizi, mesajların açık ve net içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını sağlamak için iletişim araştırmalarında sıkça kullanılır (Elpeze Ergeç, 2005: 56).

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerin içerik çözümlenmesi yoluyla ulaşılan bulgular sunulmakta ve bulgular yorumlanmaktadır.

4.2. Haberlerin Biçimsel Özelliklerinin Analizi

4.2.1. Haberlerin Yayımlanma Tarihlerine ve Güncellenme Durumuna Göre Dağılımları

Araştırmaya dahil edilen haberlerin biçimsel özellikleri kapsamında öncelikle haberlerin yayımlanma tarihleri ve güncellenme durumları ele alınmaktadır.

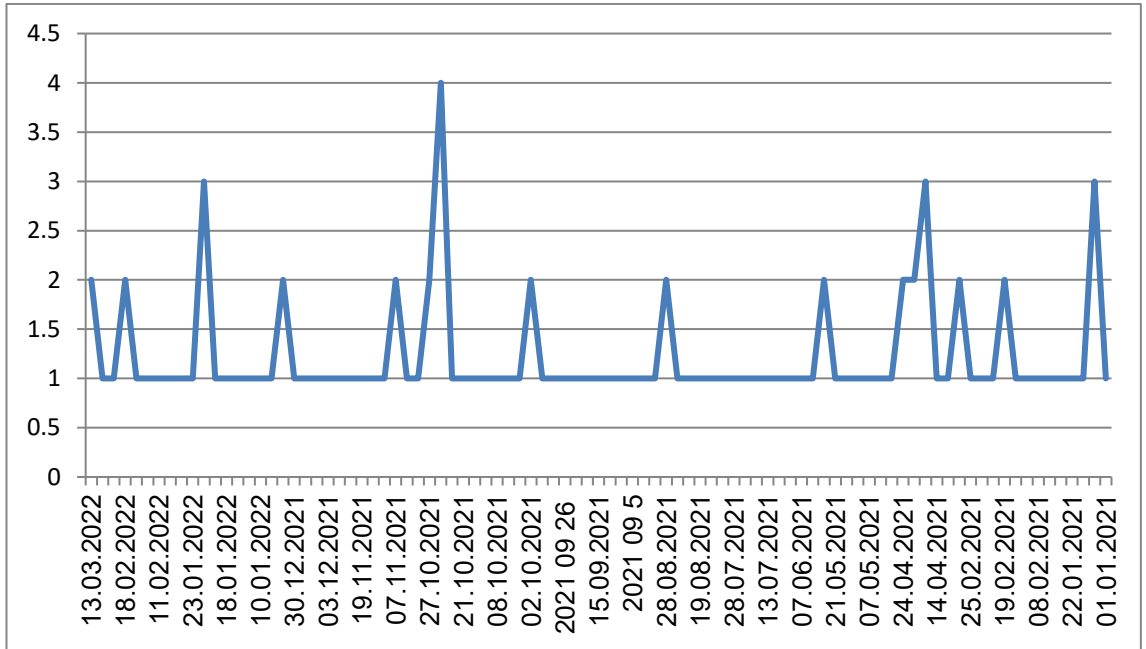
Tablo 2: Haberlerin Yayımlanma Tarihleri ve Güncelleme Durumu

Tarih	Haber sayısı	Güncelleme ve Görsel		Tarih	Haber sayısı	Güncelleme ve Görsel	
		Görsel	Görsel			Görsel	Görsel
13.03.2022	2	Var	Var	12.09.2021	1	Var	Var
26.02.2022	1	Var	Var	8 09 2021	1	Var	Var
20.02.2022	1	Var	Var	5 09 2021	1	Var	Var
18.02.2022	2	Var	Var	31.08.2021	1	Var	Var
14.02.2022	1	Var	Var	29.08.2021	1	Var	Var

12.02.2022	1	Var	28.08.2021	2	Var
11.02.2022	1	Var	21.08.2021	1	Var
02.02.2022	1	Var	20.08.2021	1	Var
26.01.2022	1	Var	19.08.2021	1	Var
23.01.2022	1	Var	07.08.2021	1	Var
21.01.2022	3	Var	03.08.2021	1	Var
19.01.2022	1	Var	28.07.2021	1	Var
18.01.2022	1	Var	20.07.2021	1	Var
14.01.2022	1	Var	17.07.2021	1	Var
13.01.2022	1	Var	13.07.2021	1	Var
10.01.2022	1	Var	06.07.2021	1	Var
09.01.2022	1	Var	12.06.2021	1	Var
31.12.2021	2	Var	07.06.2021	1	Var
30.12.2021	1	Var	05.06.2021	1	Var
17.12.2021	1	Var	02.06.2021	2	Var
07.12.2021	1	Var	21.05.2021	1	Var
03.12.2021	1	Var	13.05.2021	1	Var
26.11.2021	1	Var	11.05.2021	1	Var
25.11.2021	1	Var	07.05.2021	1	Var
19.11.2021	1	Var	03.05.2021	1	Var
17.11.2021	1	Var	30.04.2021	1	Var
10.11.2021	1	Var	24.04.2021	2	Var
07.11.2021	2	Var	18.04.2021	2	Var
04.11.2021	1	Var	15.04.2021	3	Var
28.10.2021	1	Var	14.04.2021	1	Var
27.10.2021	2	Var	24.03.2021	1	Var
26.10.2021	4	Var	26.02.2021	2	Var
25.10.2021	1	Var	25.02.2021	1	Var
21.10.2021	1	Var	22.02.2021	1	Var
20.10.2021	1	Var	21.02.2021	1	Var
18.10.2021	1	Var	19.02.2021	2	Var
08.10.2021	1	Var	16.02.2021	1	Var

05.10.2021	1	Var	13.02.2021	1	Var
04.10.2021	1	Var	08.02.2021	1	Var
02.10.2021	2	Var	31.01.2021	1	Var
30 09 2021	1	Var	28.01.2021	1	Var
28 09 2021	1	Var	22.01.2021	1	Var
26 09 2021	1	Var	21.01.2021	1	Var
25.09.2021	1	Var	18.01.2021	3	Var
20.09.2021	1	Var	01.01.2021	1	Var
15.09.2021	1	Var			

Haberlerin yayınlandığı tarihlere bakıldığında en çok haberin 26 Ekim 2021 tarihinde yayınlandığı ve bu tarihte dört haberin yayınlandığı görülmektedir. 26 Ekim 2021 Irak ve Suriye'ye asker gönderilmesinin iki yıl uzatılmasına dair Cumhurbaşkanlığı Tezkeresinin, TBMM Genel Kurulu'nda kabul edildiği tarihtir. Bu gelişmenin bu tarihte Irak'a yönelik haber akışının hızlanmasına neden olduğu düşünülmektedir. Bunun yanında 18 Ocak 2021 tarihinde üç haberin, 15 Nisan 2021 tarihinde üç haberin ve 21 Ocak 2022 tarihinde üç haberin yayınlandığı görülmektedir.



Şekil 6: Haberlerin Yayınlanma Tarihleri

Dijital medyanın sunduğu imkanlardan birisi haberlerin güncellenebilir olmasıdır. İçerik üreticileri habere konu olayın gerçekleşmesinden sonra yaşanan gelişmelere uygun şekilde haber içeriklerinde güncelleme yapabilmektedirler. TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmelere ilişkin okuyucuya sunduğu 112 haberin tamamında haberler belirli bir süreden sonra güncellenmiştir. Ayrıca haberlerin tamamında haberle ilişki bir görsel kullanılmıştır (Tablo 2).

4.2.2. Haberlerin Metin Uzunluğuna Göre Dağılımları

Haberlerin diğer biçimsel özelliği ise haber metnini uzunluğudur. Metin uzunluğu haber metinlerinde kullanılan kelime sayısı ile tespit edilmektedir. Bir olay ve olgu ile ilgili elde edilen bilgilerin içerik üreticileri tarafından metin halinde okuyucuya sunulması işleminde hazırlanan metinler haber yazısı olarak adlandırılmaktadır. Haber metinlerinde kullanılan kelime sayısı haberin içeriğine ilişkin ayrıntıların sunulup sunulmadığı konusunda ip ucu vermektedir. TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmelere ilişkin okuyucuya sunduğu haberlerin kelime uzunluğu Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 3: Haberlerin Metin Uzunluğu

Tarih	Metin uzunluğu	Tarih	Metin uzunluğu	Tarih	Metin uzunluğu
13.03.2022	50	26.10.2021	64	05.06.2021	109
13.03.2022	66	26.10.2021	69	02.06.2021	75
26.02.2022	62	26.10.2021	149	02.06.2021	462
20.02.2022	52	26.10.2021	168	21.05.2021	93
18.02.2022	63	25.10.2021	198	13.05.2021	71
18.02.2022	91	21.10.2021	126	11.05.2021	171

14.02.2022	165	20.10.2021	719	07.05.202 1	190
12.02.2022	69	18.10.2021	76	03.05.202 1	117
11.02.2022	113	08.10.2021	123	30.04.202 1	160
02.02.2022	268	05.10.2021	1139	24.04.202 1	424
26.01.2022	80	04.10.2021	52	24.04.202 1	381
23.01.2022	274	02.10.2021	190	18.04.202 1	188
21.01.2022	85	02.10.2021	145	18.04.202 1	348
21.01.2022	67	30 09 2021	281	15.04.202 1	142
21.01.2022	97	28 09 2021	241	15.04.202 1	660
19.01.2022	195	26 09 2021	166	15.04.202 1	78
18.01.2022	2044	25.09.2021	129	14.04.202 1	102
14.01.2022	133	20.09.2021	283	24.03.202 1	290
13.01.2022	80	15.09.2021	210	26.02.202 1	60
10.01.2022	191	12.09.2021	111	26.02.202 1	79
09.01.2022	281	8 09 2021	181	25.02.202 1	342
31.12.2021	65	5 09 2021	136	22.02.202 1	68

31.12.2021	120	31.08.2021	168	21.02.202	59
				1	
30.12.2021	364	29.08.2021	112	19.02.202	130
				1	
17.12.2021	206	28.08.2021	395	19.02.202	92
				1	
07.12.2021	105	28.08.2021	53	16.02.202	160
				1	
03.12.2021	121	21.08.2021	151	13.02.202	255
				1	
26.11.2021	104	20.08.2021	163	08.02.202	48
				1	
25.11.2021	86	19.08.2021	199	31.01.202	226
				1	
19.11.2021	236	07.08.2021	57	28.01.202	545
				1	
17.11.2021	46	03.08.2021	139	22.01.202	69
				1	
10.11.2021	122	28.07.2021	57	21.01.202	98
				1	
07.11.2021	86	20.07.2021	140	18.01.202	281
				1	
07.11.2021	178	17.07.2021	245	18.01.202	74
				1	
04.11.2021	275	13.07.2021	81	18.01.202	69
				1	
28.10.2021	813	06.07.2021	2395	01.01.202	82
				1	
27.10.2021	117	12.06.2021	156		
27 10. 2021	108	07.06.2021	87		

TRT Haber’in haberlerinin metin uzunluklarına bakıldığında haberlerin 46 kelime ile 2395 kelime arasında değiştiği görülmektedir. Metin uzunluğu en az olan haber 17 kasım 2021 tarihinde yayımlanan *“Genelkurmay Başkanı Güler, Iraklı mevkidaşı ile görüştü”* başlıklı haberdur. Bu haber 46 kelime kullanılarak okuyucuya sunulmuştur. Metin uzunluğu en çok olan haber ise 06 Eylül 2021 tarihinde yayımlanan *“MİT ve TSK, örgüt’ünün ensesinde: Gara’ dan Süleymaniye’ye nokta atışlı temizlik”* başlıklı haberdur. Söz konusu haber 2395 kelime kullanılarak okuyucuya sunulmuştur.

4.2.3. Haberlerin Kullanılan Haber Etiketlerine Göre Dağılımı

Dijital medya haberciliğinin sunduğu avantajlardan biri haberlerin etiketlenmesidir. Etiketler haber sitesinin farklı bölümlerinde yer alan içerikleri tanımlayan ve içeriklerin sınıflandırılmasına yardımcı olması için okuyucuya ipuçları sunan önceden tanımlanmış terimler grubudur. Kullanılan etiketlerle okuyucuya haberle ilgili farklı bir durumun veya benzer bir haberin bağlantısı verilmekte ve böylece okuyucu yeni bir habere yönlendirilmektedir (Ayhan vd., 2018, s. 209). Araştırmaya dahil edilen haberlerin sunumunda kullanılan etiketlerin kelime bulutu şekil 7’de gösterilmektedir.



Şekil 7: Haberlerin Sunumunda Kullanılan Etiketler

Şekil 7’de da görüldüğü gibi kullanılan etiketlerde ön planda çıkan kelime “Irak” kelimesidir. Kullanılan etiketlerin oransal dağılımı tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4: Haberlerde Kullanılan Etiketler

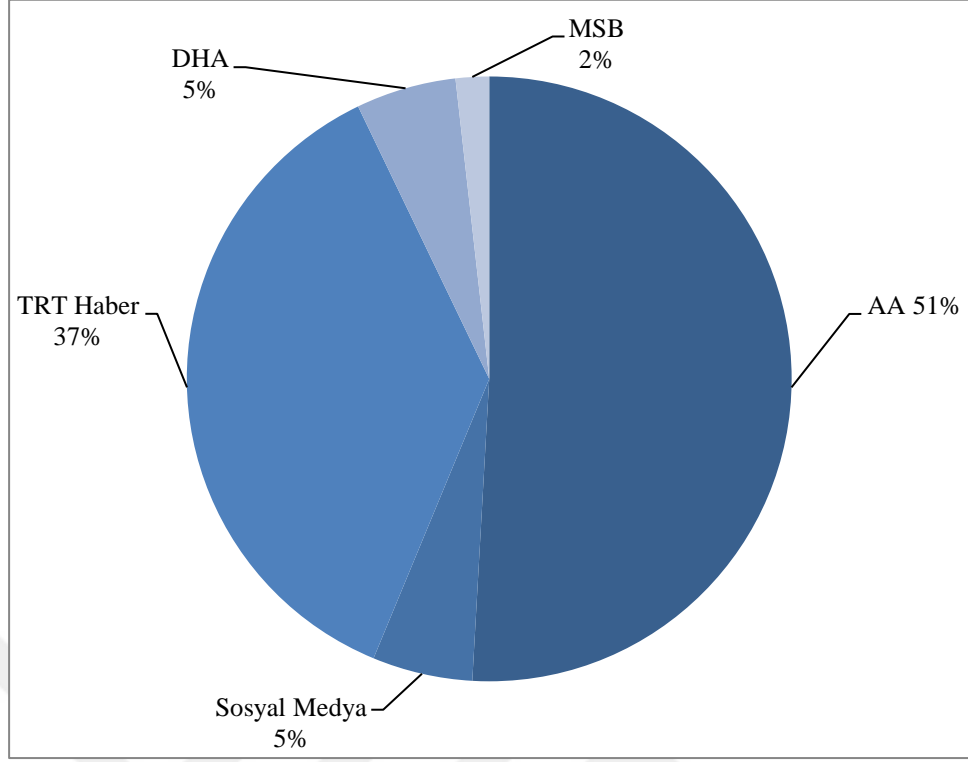
Etiket	f	%	Etiket	f	%
Irak	91	29,1%	Birleşmiş Milletler	1	0,3%
Terörle Mücadele	17	5,4%	Bulgaristan	1	0,3%
Terör Örgütü	10	3,2%	F-16	1	0,3%
Dışişleri Bakanlığı	8	2,6%	Genelkurmay	1	0,3%
Milli Savunma Bakanlığı	8	2,6%	Göç	1	0,3%
Suriye	8	2,6%	Hırsızlık	1	0,3%
Recep Tayyip Erdoğan	7	2,2%	İletişim Başkanlığı	1	0,3%
Son Dakika	7	2,2%	İnsansız Hava Aracı	1	0,3%
Hulusi Akar	6	1,9%	İsmail Demir	1	0,3%
Irak’ın Kuzeyi	6	1,9%	İsrail	1	0,3%
TBMM	5	1,6%	İstanbul	1	0,3%
MİT	4	1,3%	İyi Parti	1	0,3%
Savunma Sanayii	4	1,3%	Sınır Güvenliği	1	0,3%
Türk Silahlı Kuvvetleri	4	1,3%	Kırklareli	1	0,3%
Afganistan	3	1,0%	Kızılay	1	0,3%
AK Parti	3	1,0%	Komando	1	0,3%
CHP	3	1,0%	Kudüs	1	0,3%
Cumhurbaşkanlığı	3	1,0%	Libya	1	0,3%
FETÖ	3	1,0%	Lübnan	1	0,3%
Ömer Çelik	3	1,0%	Mescid-i Aksa	1	0,3%
Mehmet Muş	3	1,0%	MHP	1	0,3%
Mevlüt Çavuşoğlu	3	1,0%	Mustafa Şentop	1	0,3%
Ömer Çelik	3	1,0%	Mustafa Varank	1	0,3%
Pençe Operasyonları	3	1,0%	Numan Kurtulmuş	1	0,3%
Şehit	3	1,0%	Orman Yangını	1	0,3%
Ankara	2	0,6%	Pakistan	1	0,3%
Askeri Operasyon	2	0,6%	Petrol	1	0,3%

Filistin Devleti	2	0,6%	Ramazan Bayramı	1	0,3%
HDP	2	0,6%	Resmi Gazete	1	0,3%
IKBY	2	0,6%	SETA	1	0,3%
İran	2	0,6%	Sosyal Medya	1	0,3%
Koronavirüs	2	0,6%	Süleyman Soylu	1	0,3%
Mahmur	2	0,6%	Şırnak	1	0,3%
SİHA	2	0,6%	THY	1	0,3%
Terör Saldırısı	2	0,6%	Ticaret	1	0,3%
Ticaret Bakanlığı	2	0,6%	TİKA	1	0,3%
15 Temmuz	1	0,3%	TRT	1	0,3%
ABD	1	0,3%	Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı	1	0,3%
Adil Karaismailoğlu	1	0,3%	Uyuşturucu	1	0,3%
ATAK	1	0,3%	Yaşar Güler	1	0,3%
Azerbaycan	1	0,3%	Yerli ve Milli Teknolojiler	1	0,3%

Araştırmaya dahil edilen haberlerde kullanılan etiketlerin oransal dağılımına bakıldığında en sık kullanılan etiketin %29,1 ile (91) “İrak” olduğu bu etiketi %5,4 (17) ile “terörle mücadele”, %3,8 (12) ile “Terör Örgütü” etiketi takip etmektedir. Görüldüğü gibi TRT Haber’in Irak’ı konu alan haber içeriklerinde kullanılan etiketler genellikle terörle mücadeleyi ön plana çıkaran etiketlerdir. Bu etiketler ile okuyuculara sunulan haberle ilgili benzer haberlerin bağlantısına yer verilmektedir. Böylece okuyucular yeni bir habere yönlendirilmektedir.

4.2.4. Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı

Haberin güvenilirliği açısından haberin hangi kaynaktan alındığı oldukça önemlidir. Haber merkezleri haberleri kendi muhabirlerine dayandırdıkları gibi haber ajanslarına dayandırmaktadırlar. Araştırmaya dahil edilen haberlerin haber kaynakları şekil 8’de gösterilmektedir.



Şekil 8: Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı

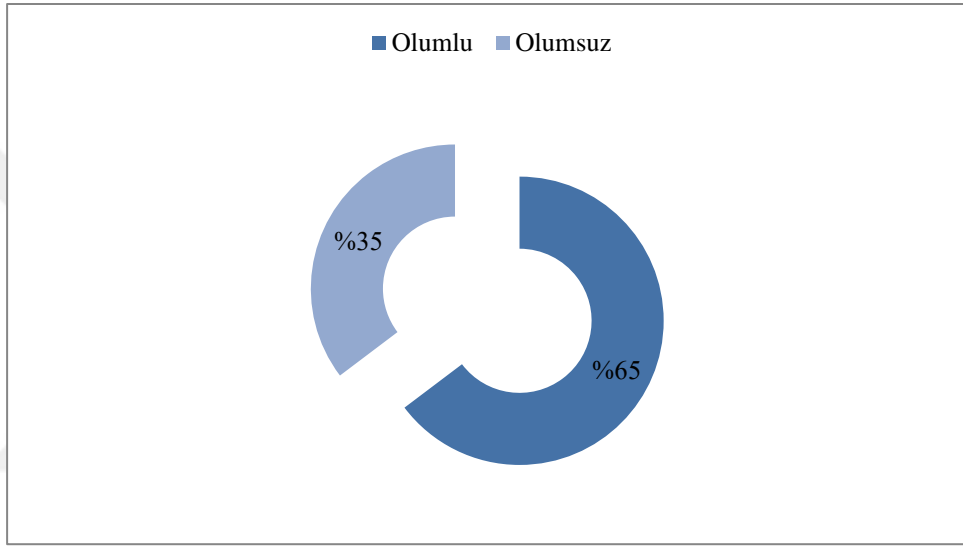
Araştırmaya dahil edilen haberlerin haber kaynaklarına bakıldığında TRT Haber Irak'ı konu alan haberlerinde haber kaynağı olarak 5 farklı kaynağa yer vermiştir. Haberlerin %37'si TRT Haber haber merkezine dayandırılmaktadır. TRT Haber kendi haberleri dışındaki Irak'ı konu haberlerde ise Anadolu Ajansı (AA) ve Doğan Haber Ajansı (DHA) gibi ülkenin ana akım haber ajanslarından beslenmiştir. TRT Haber'de Irak'ı konu alan haberlerin %51'i AA, %5'i ise DHA kaynaklı haberlerdir. Bunun dışında TRT Haber, kamu kurum ve kuruluşlarının sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımları da haber kaynağı olarak gösterilmiştir. TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin %5'inin kaynağı sosyal medyadır. Ayrıca TRT Haber, Irak'ı konu alan haberlerinde Milli Savunma Bakanlığı'nı (MSB) da kaynak olarak göstermiştir. MSB'nin kaynak olarak gösterildiği haber oranı %2'dir.

TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin biçimsel özelliklerinden sonra içeriksel özellikleri incelenmektedir. Araştırmaya dahil edilen haberlerin içeriksel özelliklerinin analizi çalışmanın sonraki başlığında ele alınmaktadır.

4.3. Haberlerin İçeriksel Özelliklerinin Analizi

4.3.1. Haber Başlıklarının Duygu Tonuna Göre Dağılımı

Araştırmaya dahil edilen haberlerin içeriksel özellikleri kapsamında öncelikle haber başlığının duygu tonu ele alınmaktadır. Haber başlığının duygu tonu ile haberin okuyucuda uyandırdığı duygu kastedilmektedir (Yüksel vd., 2015: 105). İncelenen haberlerin başlıklarında ön plana çıkan duygu tonları olumlu, olumsuz ve nötr olmak üzere 3 kategori üzerinden değerlendirilmiştir (Şekil 9).



Şekil 9: Haber Başlığının Duygu Tonuna Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin başlığında ön plana çıkan duygu tonuna bakıldığında incelenen haberlerin yarısından fazlasının (%65) olumlu duyguya çağrışım yaptığı görülmektedir. Diğer taraftan olumsuz çalışma sahip içerik oranı ise %35 tir. Olumlu duyguya çağrışım yapan haberler genellikle Türkiye'nin Irak'ın kuzeyinde terörle mücadelede gösterdiği başarı duygusunu ön plana çıkarmaktadır.

4.3.2. Haberlerin Haber İçeriklerinde Sıkça Kullanılan Sözcükler

Haberlerin içeriksel özelliklerinin analizi kapsamında ele alınan bir başka unsur ise haber içeriklerinde sıkça kullanılan sözcüklerdir. TRT Haber'in Irak'ı konu alan haber içeriklerinde sıkça kullanılan sözcükler şekil 10'da gösterilmektedir.



Şekil 10: Haber İçeriklerinde Sıkça Kullanılan Sözcükler

TRT Haber'in Irak'ı konu alan haber içeriklerinde kullanılan sözcüklere bakıldığında “Irak”, “Saldırı”, “Terör”, “Operasyon”, “İHA”, “Kınama”, “Tezkere”, “Ticaret” ve “Toplantı” gibi sözcüklerin sıkça kullanıldığı görülmektedir.

4.3.3. Haber İçeriklerinde Öne Çıkan Değerler

Haber içeriklerinde kullanılan sözcükler okuyucuda olumlu veya olumsuz duygular çağrıştırmaktadır. TRT Haber'in Irak'ı konu alan haber içeriklerinde de olumlu ve olumsuz duygular çağrıştıran bazı sözcükler kullanmıştır. Bu doğrultuda haber içeriklerinde kullanılan olumlu ve olumsuz değerler Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Haber İçeriklerinde Öne Çıkan Değerler

Kategori	Sözcükler	Kullanılma Oranı (%)
Olumlu değer	Terörü kınamak	12%
	Barış	3%
	İstikrar	3%
	Gelir	3%
	İhracat	3%

	Kardeş	2%
	Huzur	2%
	Sevgili	2%
	Şiir	2%
	Konser	2%
	Ticaret	2%
	Terör	29%
	Terörist	17%
Olumsuz değerler	Saldırı	7%
	Füze	5%
	Operasyon	5%

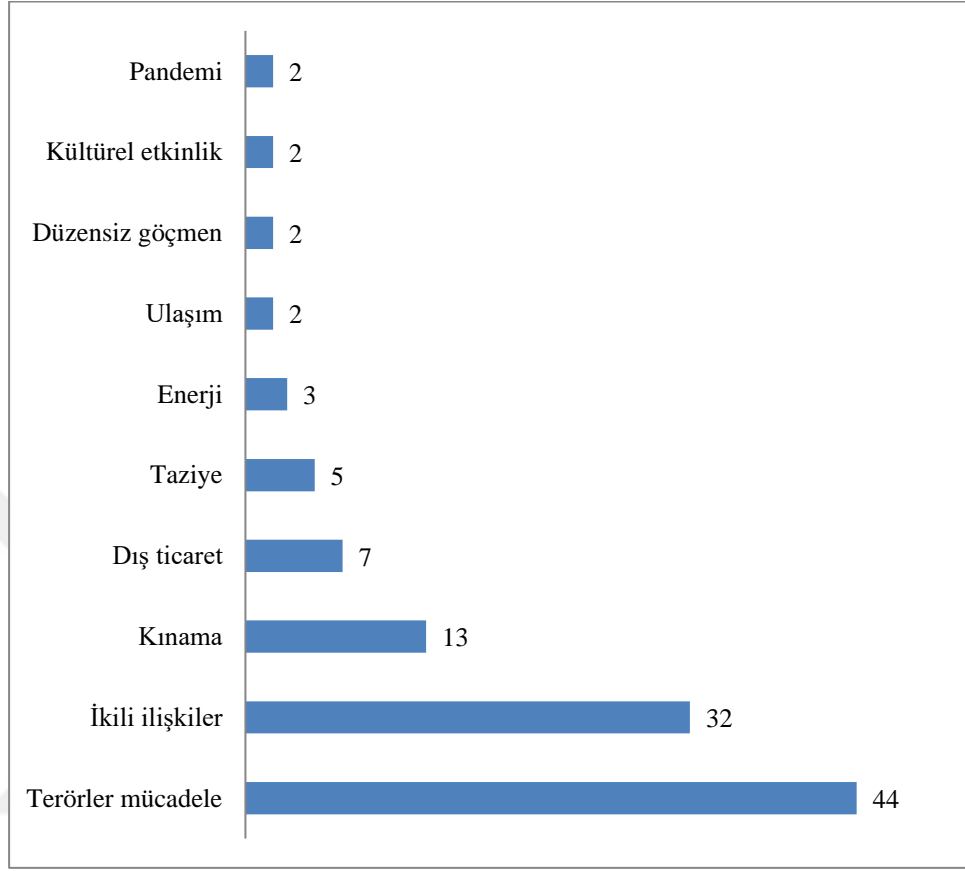
TRT Haber'in Irak'ı konu alan haber içeriklerinde ön plana çıkan sözcükler incelendiğinde olumsuz duygu çağrıştıran sözcüklerin daha yoğunlukta kullanıldığı görülmektedir. Haber içeriklerinde en yoğun kullanılan sözcük terör (%29) sözcüğüdür. Bunu terörist (%17), saldırı (%7), füze (%5) ve operasyon (%5) sözcükleri takip etmektedir. Olumsuz değer barındıran sözcüklerin kullanıldığı haber içerikleri genellikle Türkiye'nin Irak'ın kuzeyine yönelik düzenlediği operasyonlara ilişkin haberlerdir.

Diğer taraftan terörü kınamak (%12) sözcüğü ise en sık kullanılan ve olumlu değer barındıran kavramdır. Bunun dışında barış (%3), istikrar (%3), gelir (%3), ihracat (%3), kardeş (%2), huzur (%2), sevgili (%2), şiir (%2), konser (%2) ve ticaret (%2) gibi olumlu değer barındıran sözcükler de kullanılmıştır. Bu sözcükler ise genellikle Türkiye'nin Irak'ta yaşanan terör saldırılarına karşı yayınladığı baş sağlığı mesajlarında ve Irak'la ikili ticari ilişkileri konu alan haber içeriklerinde tercih edilmektedir.

4.3.4. Haberlerin Konu Başlıklarına Göre Dağılımı

Araştırma kapsamında TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerin içeriksel analizinde ele alınan bir başka husus ise haberlerin konu başlıklarıdır. Haberlerin konu

başlığını belirleyebilmek için örneklem kapsamına alınan tüm haberler detaylı şekilde inlenmiş ve elde edilen bulgular şekil 11’de gösterilmiştir.

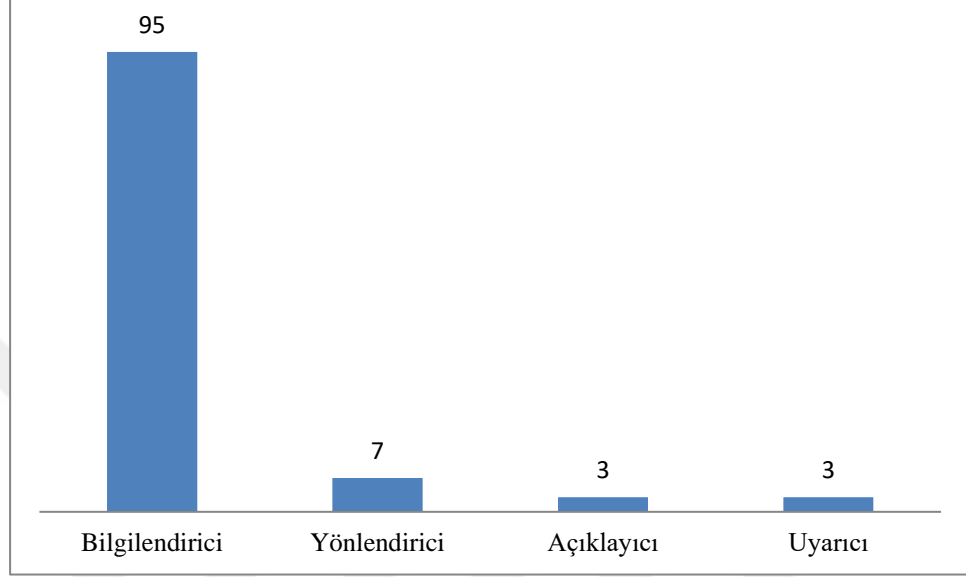


Şekil 11: Haberlerin Konu Başlığına Göre Dağılımı

TRT Haber’in Irak’ı konu alan haberlerinin konu başlığına göre dağılımına bakıldığında en çok sayıda haber terörle mücadele konusunda en az sayıda haber ise pandemi, kültürel etkinlik, düzensiz göçmen ve ulaşım konularından oluşmaktadır. Haberlerin büyük çoğunluğunun terörle mücadeleyi konu aldığı görülmektedir.. Araştırma kapsamında incelenen haberlerin 44’ü terörle mücadele konulu haberlerdir. Bunun dışında haberlerin 32’si ikili ilişkiler, 13’ü kınama, 7’si dış ticaret, 5’i taziye, 3’ü enerji, 2’si ulaşım, 2’si düzensiz göçmen, 2’si kültürel etkinlik ve 2’si Pandemi konulu haberlerden oluşmuştur.

4.3.5. Haberlerin Kapsamına Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerinin içeriksel analizinde ele alınan bir başka konu ise haberlerin kapsamına ilişkin dağılımıdır. Araştırmaya dahil edilen haberlerin kapsamına ilişkin bulgular ise şekil 12'de gösterilmektedir.



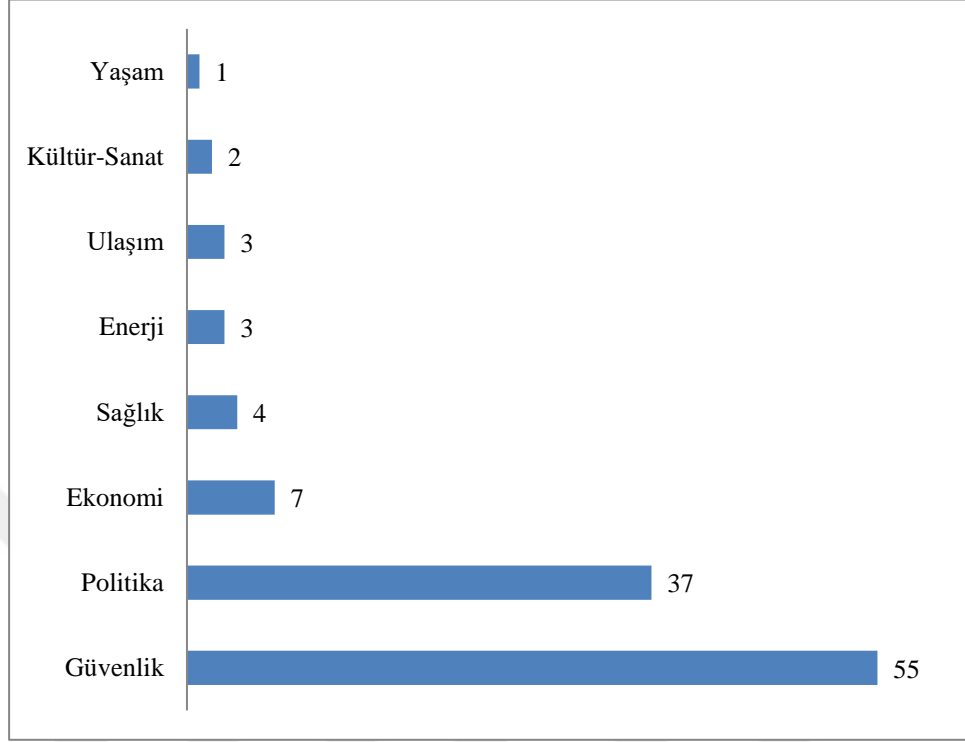
Şekil 12: Haberlerin Kapsamına Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerin kapsamına göre dağılımı incelendiğinde haberlerin büyük çoğunluğu (%88) bilgilendirici kapsamdadır. Bu bilgilendirmeler genellikle Irak'ın kuzeyine gerçekleştirilen operasyonun yeri, zamanı ve etkisiz hale getirilen terörist sayısına ilişkindir. Yönlendirici nitelikte haberler ise Türkiye'nin düzenlediği operasyonların terör ve terörist gruplara yönelik olduğu Türkiye'nin amacının bölgede barış ve huzuru getirmeye yönelik olduğu yönündedir. Öte yandan açıklayıcı kapsamdaki haberler Türkiye ile Irak arasındaki ticari ilişkilerin geldiği noktayı ifade eden ticaret rakamlarından oluşurken uyarıcı kapsamdaki haberler ise Halkın pandemi konusunda daha dikkatli olmasına yönelik uyarılardan oluşmaktadır.

4.3.6. Haberlerin Haber Kategorisine Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerinin içeriksel analizinde ele alınan bir başka nokta ise haberlerin haber kategorisine ilişkin dağılımıdır. Haberlerin haber

kategorisini belirleyebilmek için örneklem kapsamına alınan tüm haberler detaylı şekilde inlenmiş ve 8 kategori belirlenmiştir (Şekil 13).

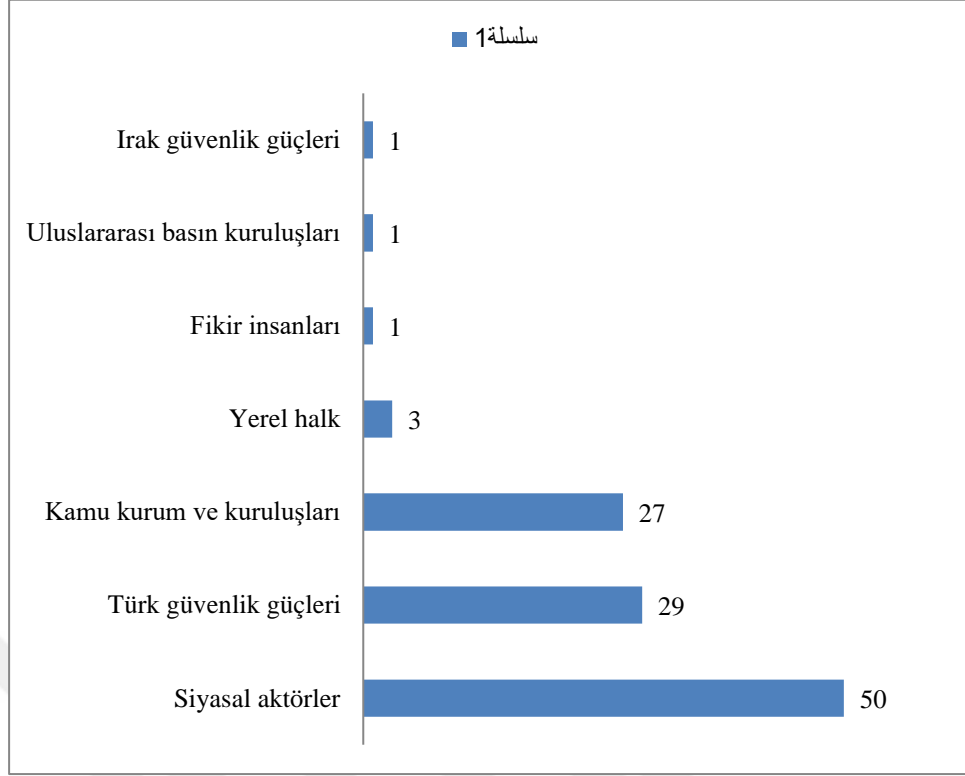


Şekil 13: Haberlerin Haber Kategorisine Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin haber kategorisine göre dağılımına bakıldığında haberlerin yarısına yakını (55) güvenlik kategorisinde yer almaktadır. Bu sonuç araştırmanın önceki bulgularıyla da orantılıdır. TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerin büyük çoğunluğunun terörle mücadeleyi konu aldığı düşünüldüğünde bu haberlerin güvenlik kategorisinde yer alması olağandır. Güvenlik kategorisini 37 haber ile politika kategorisi izlemektedir. Üçüncü sırada ise 7 haber ile ekonomi haberleri yer almaktadır. Ekonomi kategorisinde ise sırasıyla sağlık (4), enerji (3), ulaşım (3), kültür sanat (2) ve yaşam (1) kategorileri izlemektedir.

4.3.7. Haberlerin Haberin Öznesine Göre Dağılımı

TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin içeriksel incelemesi kapsamında ele alınan bir başka nokta haberin öznesidir. Haberi içerikleri detaylı şekilde incelendiğinde 7 haber öznesi belirlenmiştir (Şekil 14).



Şekil 14: Haberin Öznesine Göre Dağılımı

Şekil 14'e göre araştırma kapsamında incelenen haberlerin öznesi genellikle siyasal aktörler, Türk güvenlik güçleri ile kamu kurum ve kuruluşlarıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma temelde Türkiye'nin hem iç meseleleriyle hem de dış politikasıyla doğrudan ilişkili bir ülke olan Irak'ta yaşanan gelişmeleri, resmi haber platformu olan TRT Haber'de nasıl yer verdiği incelemektedir. Bu doğrultuda TRT Haber'in Irak'ta yaşanan gelişmeleri ele alma şekli, haber kurgusunda odağa yerleştirdiği unsurların tespiti, haber içeriklerinde hangi bilgi kaynaklarının kullanıldığının ve haberin nasıl çerçvelendiğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle 2021-2022 yılları arasında www.trthaber.com web sitesinde Irak'ı konu alan ancak Türkiye'yi ilgilendiren güvenlik, politika, sağlık, enerji, eğitim, kültür-sanat ve ekonomi konulu 112 haber içerik çözümlemesi yöntemi ile çözümlenmiş ve haberlerin biçimsel ve içeriksel özellikleri analiz edilmiştir.

Haberlerin biçimsel özellikleri kapsamında öncelikle haberlerin yayımlanma tarihleri ve güncellenme durumu incelemiş ve Irak ve Suriye'ye asker gönderilmesinin iki yıl uzatılmasına dair Cumhurbaşkanlığı Tezkeresinin, Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Genel Kurulu'nda kabul edildiği tarih olan 26 Ekim 2021 tarihinde en çok haberin yayınlandığı belirlenmiştir. Sınır dışına asker gönderme tezkereleri hem iç politikayı hem de dış politikayı ilgilendiren önemli gelişmelerden biridir. Askeri tezkerelerin kamuoyu gündemine girmesi, meclis genel kurulunda gelmesi, genel kurulda oylanması ve oylamanın sonuçları hem iç basın hem de uluslararası basın açısından haber değeri yüksek bir konu olması nedeniyle sıklıkla haberleştirilmektedir. Çakır (2006) da askeri tezkere dönemi ve sonrasında hem yazılı basın hemde görsel basında kendisine yer bulan önemli gelişmeler arasında yer aldığını belirtmektedir. Türkiye'nin Irak'ın kuzeyine müdahalesi konuları etrafında gelişen Türkiye Irak ilişkileri devletin resmi ideolojik söylemini üreten TRT Haber'de kendisine daha sık yer bulmuştur. Diğer taraftan araştırma kapsamında incelenen haberlerin tamamının güncel gelişmelere göre güncellendiği okuyucuya güncel şekilde sunulduğu tespit edilmiştir. Ayhan ve arkadaşlarına göre (2018) güncellenebilir olma dijital medyanın bir özelliği olarak ön plana çıkmaktadır.

Haberlerin biçimsel özellikleri kapsamında haber sunumunda kullanılan etiketler incelenmiş ve "Irak" sözcüğünün etiketlerde ön planda çıkan kelime olduğu

belirlenmiştir. TRT Haber'in Irak'ı konu alan haber içeriklerinde kullanılan etiketler genellikle terörle mücadeleyi ön plana çıkararak etiketlerdir. TRT Haber bu etiketler ile okuyucuyu haberle bağlantılı diğer haberlere yönlendirmektedir. Diğer taraftan kullanılan haber kaynaklarına bakıldığında TRT Haber'in Irak'ı konu haberlerde haberlerin %37'sini kendi muhabirlerine %51'ini ise AA'ya dayandırdığı görülmüştür. Bu sonucu destekler nitelikte bir çalışmada Sayar (2016), herhangi bir medya kuruluşunun haber içeriği sunarken yanlılabileceğini ancak TRT ve AA'nın habere konu olayı ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına teyid ettirerek yayınladığını belirtmektedir.

Haberlerin içeriksel özellikleri kapsamında ise öncelikle haber başlığının duygu tonu incelenmiş ve TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin başlığında olumlu duyguya çağrışım yaptığı görülmüştür. Haskins ve Miller (1984) basın kuruluşlarının olumlu haberlere daha çok yer vermesinin kendi imajları açısından olumlu katkı sağlayacağını belirtmektedir. Yüksek ve arkadaşları (2015) ise gazetelerin iktidar ve muhalefet ile ilişkisinin haber içerikleri üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla TRT'nin devletin resmi ideolojisini üreten bir kurum olduğu düşünüldüğünde bu rolüne uygun şekilde olumlu haber içeriği ürettiği söylenebilir. TRT her ne kadar olumlu haber içeriği üretse de Irak haberlerindeki metinlerde olumsuz duygu çağrıştıran sözcükleri daha çok kullandığı tespit edilmiştir. Karaduman ve Batu'ya (2011) göre Devlet büyük ölçüde kendi bilgisine ve resmi ideolojisine dayanarak söylem üretmektedir. Dolayısıyla devletin resmi yayın organı olan TRT, bu söylemsel kurumu destekleyen bir habercilik pratiği yürütmektedir. Devletin bölünmez bütünlüğünü ve birliğini tehdit eden terör eylemleri ve bunlara ilişkin haberler de bu söylemsel mekanizmanın yapısının açıkça işlediği haberlerinden olması nedeniye olumsuz duygu çağrıştıran sözcükler kullanılmaktadır.

Haberlerin içeriksel özellikleri kapsamında TRT Haber'in Irak'ı konu alan haberlerinin konu başlığına göre dağılımı incelenmiş ve haberlerin konu başlığını belirleyebilmek için örneklem kapsamına alınan tüm haberler detaylı şekilde incelendikten sonra 10 konu başlığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre en çok sayıda haberin terörle mücadele konusunda en az sayıda haberin ise pandemi, kültürel etkinlik, düzensiz göçmen ve ulaşım konularından oluştuğu görülmüştür. Dolayısıyla

TRT Haber'in Irak'la ilgili gündemi Türkiye'nin askeri hazırlıklarından ve askeri operasyonlarından oluşmaktadır. Bu durum haber içeriklerinde kullanılan sözcüklerle de ortaya konulmaktadır. Elpeze Ergeç (2005) de araştırmasında haber merkezlerinin gündeminin ağırlıklı olarak askeri hazırlıklardan oluştuğunu ortaya koymuştur.

Haberlerin içeriksel özellikleri kapsamında yapılan analiz bulgularında TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerini %88 gibi büyük çoğunluğunun Türkiye'nin kuzey Irak'taki operasyonun yeri ve zamanı ile etkisiz hale getirilen teröristlerin sayısı gibi konularda kamuoyunu bilgilendirici nitelikteki haberler olduğu görülmüştür. Öte yandan, açıklayıcı haberler Türkiye ile Irak arasındaki ticari ilişkilerin özünü yansıtan ticari rakamlardan oluşurken, uyarı haberleri kamuoyunu salgına karşı daha dikkatli olunması yönünde uyarılardan oluştuğu belirlenmiştir. Bu haberlerin ise güvenlik, politika ve ekonomi kategorisinde yer alan haberler olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin terörle mücadeleyi bir dış politika olarak yürütmesi politika kategorisinde paylaşılan haber sayısının fazla olmasını beraberinde getirmiştir. Terör örgütlerine karşı Irak'ın kuzeyinde yürüttüğü operasyonlar ve Türkiye-İrak ilişkileri ve bu ilişkinin geleceği üzerinde durulmuştur. Türkiye'nin Irak ile ikili ilişkiler kapsamında ticaret hacmini geliştirmeye yönelik takip ettiği ekonomi politikasının ise Irak'la ilgili ekonomi haberlerinin sayıca artmasının nedeni olduğu düşünülmektedir. Karaduman ve Batu'ya (2011) göre de TRT haberlerinde ağırlıklı olarak iç ve dış politikaya haberlerine yer verilmektedir. Denk (2007) ise bölgede yaşanan sıcak gelişmeler nedeniyle Orta Doğunun, TRT'nin dış politika haberlerinde ağırlıklı olarak işlenen konular arasında yer olduğunu ve TRT'nin dış politika haberlerinde ağırlık Orta Doğu ile ilgili haberler yer aldığını belirtmektedir.

Haberlerin içeriksel özellikleri kapsamında yapılan analiz bulgularına göre TRT Haber'in Irakı konu alan haberlerinde haberlerin öznesi genellikle siyasal aktörlerdir. TRT Haber'in Irak'ın kuzeyine yönelik yürüttüğü operasyonları devletin en üst askeri otoritesi tarafından yapılan açıklamalara dayandırmasının ve yine devletin resmi ideolojisinin kurucu aktörlerinden birisi olan, güvenliği sağlayıcı ve denetleyici görevleriyle terörle mücadelenin kararlılıkla devam ettiği vurgusunu ön plana çıkardığı söylenebilir.

Bu araştırma TRT Haber'in 2021-2022 yılları arasında www.trthaber.com web sitesinde Irak'ı konu alan haberleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonuçlarının genellenebilmesi için TRT Haber ve TRT 1 gibi haber içeriği üreten kanallar tarafından yayınlanan haberlerin de analiz edilmesi önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- Abdullrazaq, B. (2015). "Orta Doğu'da ABD-Rusya rekabeti, Suriye krizi olayı çalışması 2010-2014 yıllar arasında", Yüksek lisans Tezi. Mohammed Khedr Üniversitesi-Biskra, Hukuk ve Siyasal Bilgiler Fakültesi, Cezayir.
- Abdullgfor, Z. (2011). *2003 yılından sonra Irak'ın sosyal politik sorunları*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Abu El saiid, A. (2014). "Medya araçları için yazım", (Gazetecilik, Radyo, Televizyon, Medya çevirisi), 1. Baskı, Amman: El yazori Yayınları.
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve medya: Dünya'da ve Türkiye'de medya endüstrisinin dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Ak, M. (2013). *Televizyon yayıncılığındaki gelişmeler ve etkileşimli televizyon yayıncılığı* Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akgül, B. (2018). Geleneksel ve Yeni Medyada Kurumsal Haber Kaynaklarının Belirtilmesi Üzerine Bir İçerik Analizi Vatan Gazetesi ve Gazetevatan. com Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (46), 172-185.
- Akıncı, Z. B. A., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 5(20), 3348-3382.
- Aksüt, A. (2011). *Kamu yayıncılığı açısından TRT haberciliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aktaş, C. (2014). *QR kodlar ve iletişim teknolojisinin hibritleşmesi*, İstanbul:Kalkedon Yayınları.
- Akyıldız, F. (2019). *Habere ulaşmada geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Al Dulaimi, A. (2012). Yeni medyaya araçları giriş, 1 Baskı, Amman: El massira Yayınları.
- Alemdar, K., & Uzun, R. (2013). *Herkes için gazete-ci-lik*. Ankara: Tanyeri Kitap.
- ALhussaynawi, J. (2013). “ABD'nin Irak işgalindeki siyasi ve ekonomik boyutları ve komşu ülkelere yansımaları”, Yüksek lisans Tezi. Nahrain Üniversitesi. Siyaset bilimi Fakültesi, Bağdat.
- Arı, T. (2012). *Geçmişten Günümüze Orta Doğu: Siyaset, Savaş ve Diplomasi*. Mkm yayıncılık.
- Arsan, E., D. (2003). *Habercinin el kitabı: gazetecilik ve habercilik, derleyen: Sevda Alankuş*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Arslan, A. (2011). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 8(1), 1-12.
- Arslan, E. (2010). Gazze: Orta Doğu'da Barış Modeli Oturumunun Türk Basınındaki Haber Söylemi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (5), 185-208.
- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 5-26.
- Aslan, K. (2002). *Haberin yol haritası*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Kurgu*, 19(1), 214-229.
- Ataman, A., & Morgül, A. (1997). *Televizyon tekniği*, 1. Baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Aydeniz, H. (2012). *Medyayı tanımak*. İstanbul: Nakış Ofset.
- Aydın, M. (2010). Avrupa Birliğinin Orta Doğu Politikası. Yüksek lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Ayhan, B., Balođlu, A. G. E., & Livberber, T. (2018). Bilim ve teknoloji haberlerinin dijital medyada sunumu. *7. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi*, Bakü.
- Aytekin, M. (2016). *Medya endüstrisi*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Aziz, A. (1989). *Elektronik yayıncılıkta temel bilgiler*. TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü.
- Aziz, A. (1999). *Türkiye'de televizyon yayınlarının 30 yılı (1968-1998)*. TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.
- Aziz, A., & İdam, S. (2019). "ABD Başkanı "Donald Trump" döneminde ABD'nin Orta Doğu'ya yönelik dış politikası ve gelecekteki beklentileri.(Filistin, İran, Irak) örnek olay incelemesi", *Uluslararası Çalışmalar Dergisi*. Bağdat. (77-78), 265-298.
- Balcı, F., & Gergin, N. (2008). *Medya ve çocuk: Medyadaki şiddetin çocuklara etkisi*. Rehberi. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Balcı, Ş., & Bekirođlu, O. (2014). Medyanın Kritik ve Süreğen Dönemeci: Üniversite Öğrencilerinin Gözünden Medya Haberlerinin Güvenilirliği. *Selçuk İletişim*, 8(2), 192-217.
- Baytar, O. (2013). *Teorik ve pratik açılarından medya ekonomisine bakış*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Bek, M. G. (2010). Karşılaştırmalı Perspektiften Türkiye'de Medya Sistemi. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 101-125.
- Bertrand, C. J. (2004). *Medya etiği*. Ankara: Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları.

- Bertrand, C., J. (2004). *Medya etiği*. Ankara: Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bülbül, A. R. (2000). *Genel gazetecilik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Bülbül, R. (2000). *Genel Gazetecilik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Büyükbaykal, N. G., & Yılmaz, M. (2021). Türk Medyasında Mülkiyet Yoğunlaşması ve Etkileri. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(2), 537-551.
- Cankaya, Ö. (1997). *Dünden Bugüne Radyo-Televizyon: Türkiye’de Televizyonun Gelişim Süreci*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Coşar, H. (2018). *Geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş sürecinde Türkiye’de medya ve reklam yatırımlarının değişen yapısı*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Creeber, G. ve R. Martin. (2009) Introduction. G. Creeber, R. Martin (Ed.) *Digital Cultures: Understanding New Media* içinde. Londra: Open University Press.
- Çağlar, Ş., & Porghamrezaeieh, S. (2012). *Şövalyelik mesleği gazeteciliğin keskin kılıcı haber*. İstanbul: Anonim Yayıncılık.
- Çakır, H. (2006). Tezkere Dönemi ve Sonrası Türk-ABD İlişkileri’nin Medyada Temsili. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(21), 153-172.
- Çakmak. A. (2017). Küreselleşmenin Orta Doğu Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkileri; Suriye Örneği. Yüksek lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. Orta Doğu ve İslam Ülkeleri Araştırmaları Enstitüsü. İstanbul.
- Çelik, H. (2014). Orta Doğu’da ABD Politikaları ve Büyük Orta Doğu Projesi, Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Çelik, H. (2020). Orta Doğu ve Demokrasi: Orta Doğu İslam Ülkelerinde Demokrasi Neden Gelişmedi?. Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

- Çetinsaya, G. ve Özkan, T. (2009). *İşgalin altıncı yılında Irak*. Ankara: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- Çoban, S. (2007). *Eleştirel bir bakışla kamu hizmeti yayıncılığı*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Davutoğlu, A. (2009). *Stratejik Derinlik*, 50. Bs., İstanbul, Küre Yayınları.
- Delal, Ö. (2018). *Sosyal Medyanın Geleneksel Medyada Temsil Pratikleri: Arap Baharı ve Gezi Parkı Olayları Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Demir, F. (2003). *Kuzey Orta Doğu denkleminde kırılmalar*. Ankara: Global yayınları.
- Denk, E. (2007). *Medya Analizi: Türk Basınında Dış Politika (1 Nisan–30 Haziran 2006)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları ve Uygulama Merkezi.
- Durmaz, A. (1999). *Profesyonel televizyon yapım ve yayın teknolojileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Eker, A. (1994). *Yeni rehber ansiklopedisi*. İstanbul: Türkiye Gazetesi Yayınları.
- El- Dalabih, A. (2011) “ABD'nin Irak'ı işgalinden sonraki Orta Doğu'daki güç dengesi ve etkiler 2003-2011 yıllar arasında”, Yüksek lisans Tezi. Orta Doğu Üniversitesi, Edebiyat ve Bilim Fakültesi. Ürdün.
- El- Hamdani, R. (2015). İhtilalu el-Iraak Karise Lemma Tentehi. Abu Erşid, U. (Ed.), *Aşra senevat hezzet el-alem akdun ala ihtilali'l-Irak* (s. 691-725) içinde. Beyrut: el-Merkezu'l-Arabi li'l-ebhas ve diraset es-siyasat.
- Elpeze Ergeç, N. (2005). Amerika'nın Irak'a Müdahalesine İlişkin Televizyon Haberlerinin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 51-73.
- Erdoğan I. ve Alemdar K. (1990). *İletişim ve Toplum*, Ankara: Bilgi yayınevi.

- Ergüney, M. (2013). *Türk televizyon mevzuatının avrupa birliği televizyon mevzuatına uyumlaştırılması*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Fichtelius, M. (2004). Care and/or education? Tensions in Swedish childcare policy. In *NFPF Conference in Reykjavik, 28th April*.
- Fleming, C., Hemmingway, E., Moore G., & Welford, D. (2006). *Introduction to Journalism*. Sage.
- Franklin, B. (1997). *Newszak and News Media*. London: Arnold.
- Franklin, B., Hamer M., Hanna M., Kinsey & M., Richardson (2005). *Convergence. JE Key Concepts in Journalism Studies*. SAGE.
- Garamone, J. (2003). "U.S. Welcomes Turkish Offers of Troops for Iraq", <http://www.defenselink.mil/news/newsarticle.aspx?id=28355>, (Erişim Tarihi: 10.05.2022).
- Gezgin, F. (2011). 2000 Sonrası Orta Doğu Ülkelerinde Bilgi Ekonomisi. Yüksek lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. Orta Doğu Araştırmaları Enstitüsü. İstanbul.
- Girgin, A. (2013). *Haber yazmak*, Ankara: Der Yayınları.
- Giritli, İ. (1988). *Günümüzde haberleşme:(Olaylar, sorunlar, gözlemler)*. Der Yayınları.
- Güvenir, O. M. (1991). 2. *Dünya savaşında Türk basını: siyasal iktidarın basını denetlemesi ve yönlendirmesi* (Vol. 31). Gazeteciler Cemiyeti.
- Güz, N. (2005) *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Hamza, A. (1968). *Medya ve Propaganda*, 1. Baskı, Bağdat: El Maarif Yayınları.

Hanan, T. (2014) “Kamuoyunda vatandaşlık değerlerinin harekete geçirilmesinde medyanın rolü”, Ayaklanma durumları ve Arap halkları arasındaki aidiyet değerleri”, Yüksek lisans Tezi. Muhammed Hızır Üniversitesi Biskra, Hukuk ve Siyaset bilimi Fakültesi, Cezayir.

Hartley, J. (2002). *Communication, cultural and media studies: the key concepts* London: Routledge.

Haskins, J. B., & Miller, M. M. (1984). The effects of bad news and good news on a newspaper's image. *Journalism Quarterly*, 61(1), 3-65.

Horuz, S.(2005). *Alternatif medya ve internet gazeteciliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/21_22_Guz/iletisim_bilimi/index.html, (Erişim Tarihi: 28.02.2022).

<https://sozluk.gov.tr/>, medya, (Erişim Tarihi: 14.02.2022).

<https://www.insamer.com/tr/ulke-profil-i-irak/>, (Erişim Tarihi: 29.01.2022).

<https://www.mfa.gov.tr/irak-ekonomisi.tr.mfa>, (erişim Tarihi: 26.04.2022).

<https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>, (Erişim Tarihi: 28.02.2022).

İlaslan, S. (2019). *Türkiye'de televizyonun kuruluşu*. Detay Yayıncılık.

İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnuğur, N. (2002). *Basın ve yayın tarihi*. İstanbul: Der Yayınevi.

İspir, B. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. (Editör), Mesude Canan Öztürk. *Dijital İletişim ve Yeni Medya*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

- İspir,B.(2013) *Yeni iletişim teknolojileri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- İspirli, M. (2020). *Medya gerçeği ve haberciler*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kahraman, A. (2008). *Irak'ın geçmişi, bugünü ve geleceği üzerine muhtemel senaryolar*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalaycıoğlu, E. (2005). Iraqi Constitution: A Federal Democratic Heaven or Hell?. *PERCEPTIONS: Journal of International Affairs*, 10(3), 113-125.
- Kaptan, A. (2008). *Radyo televizyon haberciliği ve metin yazma röportaj teknikleri*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Karaca, M. (2007). Aileyi tehdit eden yeni bir tehlike: Sanal ilişkiler. *Humanities Sciences*, 2(3), 131-143.
- Karaduman, S., & Batu, N. M. (2011). Televizyon haberlerinde terörizm olgusunun TRT'nin haber söylemi bağlamında incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 359-374.
- Karaduman, S., & Batu, N. M. (2011). Televizyon Haberlerinde Terörizm Olgusunun TRT'nin Haber Söylemi Bağlamında İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 359-374.
- Karasar, N. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemi* (Otuz üçüncü basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kırık, A. M. (2014). *Etkileşimli televizyon*. Anahtar Kitaplar.
- Kirebiş, N. (2008). Devafi ve meikat et-tehavvul el-demokrati fi'l-Irak ve ebaduhu'd-dahiliyya ve'l-hariciyya, Doktora Tezi,
- Kovach, B., ve Rosenstiel, T. (2007). *Gazeteciliğin esasları*. (Çev S. Göktaş) Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

- Koyuncu, A. (2008). Orta Doğu'da Milliyetçilik: Hafız Esad Dönemi Suriye Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Krippendorff, K. (2009). *The content analysis reader*. Sage.
- Kuruoğlu, H., & Akçora, E. (2017). Türkiye'de televizyon ana haber bültenlerinde haber öznesi olarak kadın kimliklerinin kıyaslamalı incelenmesi-2001 ve 2016. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 1-26.
- Kuzu, L. (2011). TV Yayın Teknolojileri ve Türkiye, s.2. http://iletisimgunleri.emo.org.tr/etkinlik_bildirileri_detay.php?etkinlikkod=167&bilkod=5016, (Erişim Tarihi: 28.02.2022).
- Lazar, J. (1999). Kitle İletişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (9). İstanbul.
- Marr, P., & Al-Marashi, I. (2018). *The modern history of Iraq*. Routledge.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Mazin, H. (2008). *Irak'ta baasçılar geri dönüyor*. İstanbul: Asam.
- Molla, A., (2008). *NATO Savunma Politikaları Çerçevesinde Türk-Amerikan İlişkilerinin Analizi*. Doktora Tezi İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Morgül, A. (2011). *Sayısal TV Tekniği*, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu anlamak*. Gündoğan Yayınları.
- Muyingo, R. I. (2020). *Practices of broadcast media usage in the age of new media: Evidence from Uganda*. PhD Thesis, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Myers, M. (2008). *Radio and development in Africa*. A concept paper prepared for the International Development Research Centre (IDRC) of Canada.
- Nalçaoğlu, H.(2005). Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve. (Editör: Sevda Alankuş). *Medya ve Toplum*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Norşenli, N., E. (2015). *Haber değeri açısından Türkiye’de basınun eğitim konulu haber içeriği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Nuran, M. B. (2018). *Geleneksel medya ve yeni medya etkileşiminin Gezi Parkı gösterileri bağlamında incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Nuran, M., B. (2015). *Geleneksel medya ve yeni medya etkileşiminin gezi parkı gösterileri bağlamında incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oğuz, M. C. (2008). Söylem analizi. *Sosyoloji Notları*, 5, 52-57.
- Özbek, M. (2004), *Kamusal Alan*, 1. Basım, İstanbul: Hil Yayınları.
- Özbiğçeç, A. (2007). Orta Doğu ve Şiilik: Yeni Orta Doğu Jeopolitiğinde Şia Etkisi, Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özcan, N. A. (2004). Could a Kurdish State be set up in Iraq?. *Middle East Policy*, 11(1), 119-123.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin gelişimi ve gazeteciliğin geleceği (yeni teknolojiler ve medya ekonomisi açısından genel bir değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 131-159.
- Özdem, A. (2016). Büyük Devletlerin Değişmeyen Mücadele Alanı: Orta Doğu. Fırat Üniversitesi Orta Doğu Araştırmaları Dergisi. Elazığ. Cilt: X, Sayı: 2. s. 1-39.

- Özdemir, S. (1998). *Medya emperyalizmi ve küreselleşme*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Paçacı K. K., (2006), *Karasal Sayısal TV Yayıncılığı (DVB-T), Genişbant Pazarına Etkisi ve Düzenleme Perspektifi*, Uzmanlık Tezi, Bilişim Teknolojileri Kurumu, Ankara.
- Paçacı, K., Seçki, A., & Pençereci, Ş. (2011). *Düzenleyici kurumların sayısal yayıncılıkta rolü*. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- Perez, C. (2006). Introduccion a la television. Universidad De Cantabria Dpto. De Ingeniería De Comunicaciones, <https://personales.unican.es/perezvr/home.htm>, (Erişim Tarihi: 28.02.2022).
- Porghamrezaeieh, S. (2018). *Sosyal/yeni medyanın haber kavramına ve kitlenin haber okuma alışkanlıklarına etkisi: İstanbul'da bir saha araştırması örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Rich, C. (2015). *Writing and reporting news: A coaching method*. Cengage Learning.
- Rigel, N. (2000). *İleti tasarımında haber*. İstanbul: DER Yayınları.
- Sahadan, Y. (2006). Arap dünyasının korkusu: Irak'ta iç savaş. *Stratejik Analiz Dergisi*, 2(72), 26-30.
- Saitoğlu, C. (2018). *Bir haber iletim mecrası olarak sosyal medya: 2015 genel seçim sürecinde yayınlanan haberlerin geleneksel medya ve sosyal medya karşılaştırması*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sajid, S. I. (2016). Social media and its role in marketing. *Business and Economics Journal*, 7(1), 1-5.
- Salim, B. (2008). *Irak cumhuriyeti ülke profili*, 2008 yılı, Bağdat Büyükelçiliği ticaret Müşavirliği.

- Sarı, O. (2018). *Geleneksel medya ve yeni medyanın reklam politikaları açısından karşılaştırmalı analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sarpel, İ. M. (1996). *Dijital Video. İletişim Dergisi*, İstanbul.
- Sayar, T. E. (2016). Türkiye’de Twitter Kullanımı Üzerinden Siyasal İletişimi İncelemek: TRT Haber Örneği. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (10), 344-364.
- Scannell, P.(1992). “CultureandPower: A Media”, *CultureandSociety Reader*, London: Sage.
- Schneider, W., & Josef, R. P. (2000). *Gazetecinin el kitabı*, (çev. Işık Aygün), Ankara, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Scolari, C. A. (2013). Media evolution: Emergence, dominance, survival and extinction in the media ecology. *International Journal of Communication*, 7, 18-24.
- Sholle, D. J. (1999). Eleştirel çalışmalar: ideoloji teorisinden iktidar/bilgiye. M. Küçük içinde, *Medya İktidar İdeoloji*, 267-307. Ankara: ARK Yayınları.
- Sim, Ş., ve Göksu, F. (2019). TRT World ve El Cezire Haber Kanallarının Suriye Savaşı ile İlgili Haberlerinin Karşılaştırmalı Söylem Analizi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (57), 155-172.
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi. *İstanbul Journal of Social Sciences (2014) Summer*, 7, 53-64.
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi. *İstanbul Journal of Social Sciences (2014) Summer*, 7, 53-64.
- Sucu, İ. (2012). Althusser’in gözünden ideoloji ve ideolojinin bir taşıyıcısı olarak yeni medya. *Selçuk İletişim*, 7(3), 30-41.

- Şimşek, S. (2006), *dünya kitle iletişim araçlarında yayınlanan haberlerle ilgili yapılan etik düzenlemeler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Taşkıran, İ., & Kırık, A. M. (2016). Gazetecilerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanımı: medya profesyonellerinin bakış açılarını tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Intermedia International e-journal*, 3(4), 213-241.
- Tekke, Y. (2021). *Geleneksel medyadan sosyal ağlara, içeriğin dönüşümü: Cüneyt Özdemir youtube kanalı örneği*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Teymurova, G. (2003). *Televizyon haberciliği ve küreselleşmede televizyon* Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tokgöz, O. (2003). *Temel gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Tokgöz, O. (2012). *Temel gazetecilik* (Dokuzuncu Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Törenli, N. (2005). *Yeni medya, yeni iletişim ortamı*, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Türk, M. S., Bıyık, A., Güven, A., & İşi, A. (2013). Türk Gazetecilerin Haber Değeri Algısına Yönelik Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(5), 739-754.
- Türkmenoğlu, H. (2015). *Televizyon reklamlarında animasyon kullanımı: animasyon öğelerinin hatırlanma etkisi*. *Akdeniz Sanat*, 8(16), 51-69.
- Uslu, Z. K. (2007). Yeni iletişim araçları ve toplumsal etkileri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 10-1.
- Uztuğ, F. (2004), *siyasal iletişim yönetimi*, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Ülkü, G. (2004). *Söylem çözümlemesinde yöntem sorunu ve van dijk yöntemi*. Dursun, Çiler (Comp.), *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Ankara, Elips Yayınları.

- Vardarlıer, P., & Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Wasko, J., (2005). *A Companion to Television*. Oxford: Blackwell Publishing.
- William, H. (2000). *Modern Irak'ın Stratejik Konumu*. Ankara: ASAM Yayınları.
- Yağızoğlu, F. (2016). *Türk televizyon haberciliğinde dış haber algısı: TRT Haber, CNN Türk ve Fox Tv örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Yanık, O. (2006). *Irak müdahalesi ve bölgesel güvenlik: Türkiye örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yapp, M. (2014). *The Near East since the first world war: A history to 1995*. Routledge.
- Yaycı, C. (2019). Irak'ta yaşanan savaşlar ve Türkiye'ye etkileri. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 15(30), 331-352.
- Yazıcı, A. (1999). *Kamu yayın kurumları ve yeniden yapılanma*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Ofset Tesisleri.
- Yılmaz, M. B. (2019). *Günümüz Medyasında Haber Ajansları ve Orta Doğu Coğrafyasındaki Etkinliği*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Yılmaz, M., Dağ, A. E., & Tunç, F. (2004). *Irak Baas Diktatörlüğünden ABD Hegemonyasına İnsani Durum*. İstanbul İHH yayınları.
- Yüksel, E. (2004). *Medya güvenlik kurulu*. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- Yüksel, E. (2004). *Medya Güvenlik Kurulu-28 Şubat Sürecinde Medya, MGK ve Siyaset Bağlantısı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.
- Yüksel, E., & Gürcan, H. İ. (2005). *Haber toplama ve yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.

Yüksel, E., Adıyaman, H. K., Aydın, N., Bilgen, K., Çelik, C., Karaoğlu, E., & Demirel, M. (2015). İyi haber de iyi haber midir? Haber değerleri üzerine bir içerik analizi çalışması. *Selçuk İletişim*, 9(1), 94-114.

